

Strategie rozvoje cestovního ruchu ve městě Pardubice

Bc. Vít Livora

Diplomová práce
2012



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky
Ústav regionálního rozvoje, veřejné správy a práva
akademický rok: 2011/2012

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Vít LIVORA**
Osobní číslo: **M10891**
Studijní program: **N 6202 Hospodářská politika a správa**
Studijní obor: **Veřejná správa a regionální rozvoj**

Téma práce: **Strategie rozvoje cestovního ruchu ve městě
Pardubice**

Zásady pro vypracování:

Úvod

I. Teoretická část

- Charakterizujte hlavní teoretické koncepty vztahující se k rozvoji cestovního ruchu v území.
- Zhodnoťte nástroje na podporu cestovního ruchu.

II. Praktická část

- Analyzujte předpoklady a formy cestovního ruchu ve městě Pardubice.
- Identifikujte hlavní aktéry cestovního ruchu ve městě Pardubice.
- Navrhněte strategii rozvoje cestovního ruchu pro město Pardubice.

Závěr

Rozsah diplomové práce: **cca 70**
Rozsah příloh:
Forma zpracování diplomové práce: **tištěná/elektronická**

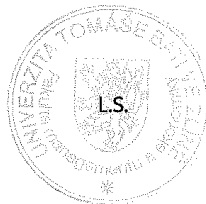
Seznam odborné literatury:

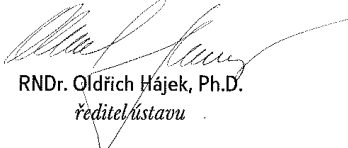
- [1] FORET, M. a FORETOVÁ, V. Jak rozvíjet místní cestovní ruch. Praha: Grada, 2001. 178 s. ISBN 80-247-0207-X.
[2] GOELDNER, CH. Tourism: principles, practices, philosophies. 9. vyd. Hoboken: Wiley, 2009. 624 s. ISBN 978-0-470-08459-5.
[3] HORNER, S. Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času. Praha: Grada, 2003. 488 s. ISBN 80-247-0202-9.
[4] TITTLBACHOVÁ, Š. Turismus a veřejná správa. Praha: Grada, 2011. 196 s. ISBN 978-80-247-3842-0.
[5] WOKOUN, R. et al. Úvod do regionálních věd a veřejné správy. 2. vyd. Plzeň: Čeněk, 2008. 455 s. ISBN 978-80-7380-086-4.

Vedoucí diplomové práce: **Mgr. Jiří Novosák, Ph.D.**
Ústav regionálního rozvoje, veřejné správy a práva
Datum zadání diplomové práce: **26. března 2012**
Termín odevzdání diplomové práce: **2. května 2012**

Ve Zlíně dne 26. března 2012


prof. Dr. Ing. Drahomíra Pavelková
děkanka




RNDr. Oldřich Hájek, Ph.D.
ředitel ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že:

- odevzdáním diplomové práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby¹;
- diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému,
- na mou diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3²;
- podle § 60³ odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;

¹ zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací:

(1) Vysoká škola nevydělečně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.

(2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlázení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.

(3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

² zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:

(3) Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užití-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacímu zařízení (školní dílo).

³ zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

(1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst. 3). Odpírá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

- podle § 60⁴ odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – diplomovou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské/diplomové práce využít ke komerčním účelům.

Prohlašuji, že:

- jsem diplomovou práci zpracoval/a samostatně a použité informační zdroje jsem citoval/a;
- odevzdaná verze diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně 2.5.2012

Lívora

⁴ zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

- (2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užít či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.
- (3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělku jím dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlídí k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

ABSTRAKT

Tato diplomová práce se zabývá strategií rozvoje cestovního ruchu ve městě Pardubice. Hlavním cílem je popsat aktuální možnosti a předpoklady cestovního ruchu ve městě Pardubice a navrhnout vhodnou strategii pro rozvoj tohoto odvětví ve městě.

Teoretická část je zaměřená na vymezení pojmu cestovního ruchu a popis jeho základního členění podle formy a druhu. Zároveň je určitá pozornost věnována pozici cestovního ruchu v regionální politice. V praktické části jsou podrobně analyzovány předpoklady rozvoje cestovního ruchu ve městě Pardubice. Na základě toho, je pak navržená strategie rozvoje cestovního ruchu.

Klíčová slova: cestovní ruch, strategie rozvoje, město Pardubice, SWOT analýza, KLASTR

ABSTRACT

This master thesis deals with the development strategy of tourism in the city of Pardubice. The main goal is to describe current conditions and opportunities of tourism in Pardubice and suggest an appropriate strategy for the tourism development.

The theoretical part is focused on definition of the tourism and there are explanation of its basic form. Furthermore, the teoretical part is focused to the position of tourism in regional politics. There is an analysis of the prerequisites of tourism in the practical part for the city Pardubice. Based on this analysis there is created the development strategy of tourism.

Keywords: Tourism, Development Strategy, the City of Pardubice, SWOT Analysis, Cluster

Tímto bych se chtěl poděkovat svému vedoucímu práce Mgr. Jiřímu Novosákovi, Ph.D. za cenné rady a připomínky a odborné vedení při psaní diplomové práce.

Prohlašuji, že odevzdaná verze diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

OBSAH

ÚVOD	10
I TEORETICKÁ ČÁST	11
1 OBECNÉ VYMEZENÍ A DEFINOVÁNÍ CESTOVNÍHO RUCHU	12
1.1 VÝVOJ CESTOVNÍHO RUCHU	12
1.2 DEFINICE CESTOVNÍHO RUCHU.....	12
1.3 SYSTÉM CESTOVNÍHO RUCHU.....	14
1.3.1 Subjekt CR	15
1.3.2 Objekt cestovního ruchu.....	16
2 TYPOLOGIE CESTOVNÍHO RUCHU	17
2.1 FORMY CESTOVNÍHO RUCHU.....	17
2.2 DRUHY CESTOVNÍHO RUCHU.....	20
2.3 FAKTORY A PŘEDPOKLADY ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU.....	25
2.3.1 Selektivní předpoklady.....	25
2.3.2 Lokalizační předpoklady	26
2.3.3 Realizační předpoklady	27
3 POZICE CESTOVNÍHO RUCHU V RÁMCI REGIONÁLNÍ POLITIKY.....	28
3.1 ZÁKLADNÍ LEGISLATIVNÍ RÁMEC CESTOVNÍHO RUCHU.....	28
3.2 ZÁKLADNÍ STRATEGICKÉ A PROGRAMOVÉ DOKUMENTY CESTOVNÍHO RUCHU.....	29
3.3 NÁSTROJE POLITIKY CESTOVNÍHO RUCHU.....	32
3.3.1 Marketingové nástroje podpory cestovního ruchu.....	32
3.3.2 Strategické dokumenty jako nástroj cestovního ruchu.....	35
3.4 DALŠÍ NÁSTROJE PODPORY CESTOVNÍHO RUCHU	36
3.5 NOSITELÉ POLITIKY CESTOVNÍHO RUCHU	36
II PRAKTICKÁ ČÁST	38
4 PŘEDPOKLADY ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU VE MĚSTĚ PARDUBICE.....	39
4.1 LOKALIZAČNÍ PŘEDPOKLADY.....	39
4.1.1 Přírodní předpoklady.....	39
4.1.2 Kulturně historické předpoklady.....	40
4.2 REALIZAČNÍ PŘEDPOKLADY	45
4.3 SWOT ANALÝZA	51
5 KLASTR CESTOVNÍHO RUCHU NA PARDUBICKU	54
5.1 NÁVRH KLASTRU NA PARDUBICKU	55
5.1.1 Návrh stanov klastru	55
5.1.2 Zakládající členové.....	58
6 STRATEGIE ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU.....	61

6.1	VIZE A CÍLE ROZVOJE CR.....	61
6.2	NÁVRH PROJEKTU - ZVYŠOVÁNÍ KVALIFIKACE ZAMĚSTNANCŮ V OBLASTI CR 66	
6.3	PROJEKT – REKREAČNÍ A ZÁBAVNÍ AREÁL CIHELNA.....	67
	ZÁVĚR	73
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	74
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....	78
	SEZNAM OBRÁZKŮ	79
	SEZNAM TABULEK	80
	SEZNAM GRAFŮ	81

ÚVOD

Cestovní ruch je odvětví národního hospodářství, kterému je v současné době přikládán stále větší význam, nejenom na národní úrovni ale i na regionální. Cestovní ruch přispívá k rozvoji regionů a tak pomáhá tvořit i nová pracovní místa. Ne každý region však má přirozené předpoklady pro úspěšný rozvoj tohoto odvětví. Proto je nutné vytvářet strategie, které složí k vytváření příznivých podmínek pro jeho rozvoj, např. prostřednictvím vytváření nových atraktivních nabídek služeb, zkvalitnění služeb apod.

Tato diplomová práce se zabývá cestovním ruchem ve městě Pardubice, jeho předpoklady a možnostmi dalšího rozvoje. Hlavním cílem je popsat aktuální možnosti a předpoklady cestovního ruchu ve městě Pardubice a navrhnout vhodnou strategii pro rozvoj tohoto odvětví ve městě.

V teoretické části se budeme zabývat vymezením cestovního ruchu, definujeme základní pojmy, typologii a jiné základní členění cestovního ruchu. Dále se budeme zabývat postavením cestovního ruchu v rámci regionální politiky, protože v současné době je její nedílnou součástí a popíšeme základní legislativní rámec a důležité strategické dokumenty pro oblast cestovního ruchu.

Praktická část se již bude zaměřovat na podrobnou charakteristiku možností a předpokladů cestovního ruchu ve městě Pardubice. Na jejím základě vypracujeme SWOT analýzu, která vytvoří podklad pro vypracování strategie rozvoje cestovního ruchu města Pardubice. Strategie bude určovat hlavní vize a cíle rozvoje, na základě kterých budou navrženy konkrétní projekty. Součástí praktické části bude i návrh základní podoby KLASTRU v oblasti cestovního ruchu v Pardubicku, který by spojoval nejenom aktéry tohoto odvětví, což by přispělo k zvýšení kooperace a zároveň podpořilo vyvážený regionální rozvoj.

Pardubice v současnosti nejsou zrovna nejvyhledávanější turistickou destinací, proto navržení vhodné strategie může tento problém vyřešit. Je nutné zvýšit povědomí lidí o možnostech trávení dovolené v tomto městě (regionu), a to hlavně lepší propagací a zkvalitněním služeb. Doufáme, že navržené projekty a řešení v této práci by mohli být přínosné pro danou problematiku.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 OBECNÉ VYMEZENÍ A DEFINOVÁNÍ CESTOVNÍHO RUCHU

Cestovní ruch je velice široká oblast, která kromě hospodářského odvětví zahrnuje i jiné. Jedná se o celospolečenský fenomén. Cestovní ruch je významným nástrojem rozvoje regionů a v současnosti se jeho rámec vytváří v souladu s regionální politikou, která tvoří jeho základ pro koncepční rozvoj na úrovni státu i regionů. Proto nejdříve uvedeme základní poznatky této problematiky a ve stručnosti se budeme zabývat historickým vývojem, definicí a systémem cestovního ruchu v obecné rovině.

1.1 Vývoj cestovního ruchu

Počátky moderního cestování mají kořeny již v 16. století, kdy jako účastníci cestovního ruchu vystupovali umělci, učenci, šlechtici, církevní hodnostáři apod. V důsledku průmyslové revoluce v 18. a 19. století dochází k rozvoji železniční dopravy. Lidé se ze zemědělských usedlostí začali stěhovat do velkých měst a začalo se rozvíjet cestování motivované touhou po poznávání a získávání nových zkušeností. Na počátku 20. století docházelo k pozvolnému nárůstu fondu volného času, lidé se začali vracet k přírodě. To vedlo ke vzniku rekreačních zařízení v přírodním prostředí, jakož i ke vzniku prvních cestovních kanceláří. Po 2. světové válce se, díky rychlejšímu a pohodlnějšímu způsobu dopravy, začíná více cestovat i do vzdálenějších lokalit. Společně s hustší dopravní infrastrukturou roste i síť ubytovacích, stravovacích či sportovně-rekreačních, zábavních a dalších zařízení. V současnosti v cestovním ruchu dochází k přesnějšímu a rychlejšímu způsobu uspokojování potřeb v důsledku rozvoje informačních technologií. Moderní informační technologie umožňují zprostředkovat samotnou potřebu (službu), např. rezervování zájezdu, koupě lístků apod. Typické je budování center, která poskytují komplexní služby pro zákazníky. (Petrů, 1999; Vystoupil, 2006, s. 30)

1.2 Definice cestovního ruchu

Cestovní ruch je charakteristický svou složitostí a mnohotvárností. Z toho důvodu je předmětem zkoumání hned několika vědních disciplín, např. ekonomie, ekologie, geografie, sociologie, psychologie a dalších, což dává možnost uplatnění různých přístupů k jeho pojetí i zkoumání. **Ekonomické hledisko** zkoumá cestovní ruch jak z hlediska ekonomických procesů nutných k zajištění účasti osob na cestovním ruchu, tak z hlediska účinků cestovního

ruchu v ekonomice států, regionů či v ekonomice světové. Hodnocení potenciálu území pro cestovní ruch, jakož i vztahu cestovního ruchu a životního prostředí je předmětem pohledu z **ekologického hlediska**. **Geografické hledisko** zkoumá teritoriální aspekty interakcí mezi cestovním ruchem a krajinou s cílem určit zákonitosti jejich vývoje. (Hrala, 2005) **Sociologické a psychologické hledisko** zkoumá cestovní ruch především ve vztahu k člověku. Všíhá si, jaké jsou jeho potřeby a motivy účasti na cestovním ruchu a dále jaké je jeho sociální chování jako účastníka cestovního ruchu, ať už k ostatním účastníkům nebo k místním obyvatelům. (Hesková, 2006, s. 11; Indrová, 2007, s. 8)

Kromě výše zmíněných má cestovní ruch vztah i k dalším vědním disciplínám, např. ke klimatologii, hydrologii, demografii, ale také k řadě úsekových ekonomik, především k ekonomice dopravy, obchodu, stavebnictví nebo také k oboru práva, financí a dalších. Cestovní ruch je tedy nutno zkoumat a vědecky chápat obzvláště z hlediska širokého pojetí jeho společenských souvislostí. (Indrová, 2007, s. 8)

Cestovní ruch je třeba chápat jako společensko ekonomický jev. V průběhu jeho vývoje dochází k různým přístupům k jeho definování a vymezení. Jednotliví autoři zdůrazňují ve svých definicích různé aspekty tohoto složitého jevu. Autoři nejsou jednotní, jelikož pro zkoumání a definování cestovního ruchu používají různé vědní disciplíny. Z tohoto důvodu je velmi obtížné uvést přesnou a jednotnou definici cestovního ruchu. Cílem této práce není přesně sledovat vývoj definování cestovního ruchu, proto uvedený výčet definic není vyčerpávající. (Hladká, 1997, s. 16)

Další autoři ve svých dílech, kromě snahy o odlišení pojmu cestovní ruch od cestování, dávají důraz i na postižení různých sociálních nebo ekonomických aspektů tohoto jevu. Například Borman (1931) definuje cestovní ruch jako: „cesty, jež se podnikají za účelem zotavení, zábavy, obchodu a za povoláním nebo i z jiných příčin (za zvláštními událostmi), při nichž dochází k dočasné změně místa bydliště. Nepatří sem však dojíždění za prací“. Autor klade důraz na dočasnost a nepravidelnost cest, bez úmyslu trvale se usadit. Oproti tomu R. Gluckmann definuje cestovní ruch spíše ze sociologického pojetí, a to jako: „sumu vztahů mezi lidmi, kteří se nacházejí v nějakém místě přechodně, a mezi obyvateli tohoto místa“. Ve své definici zdůrazňuje vztahy mezi lidmi, které vznikají na základě účasti na cestovním ruchu. (Malá, 2002, s. 7-8)

Významným mezníkem pro zkoumání a definování cestovního ruchu byla publikace díla „Základy všeobecné nauky cestovního ruchu“ od švýcarských autorů W. Hunziker a K. Krapfa, kteří v této své publikaci z roku 1942 položili základ ucelené teorie cestovního ruchu. Cestovní ruch definují jako: „souhrnné označení vztahů a jevů, vznikajících na základě cesty a pobytu místně cizích osob, pokud se pobytem nesleduje usídlení a pokud s ním není spojena žádná výtěžná činnost“. (Indrová, 2007, s. 10; Hesková, 2006, s. 10)

Na tuto definici navázali mnozí další autoři, ať již pováleční, nebo současní. Z důvodu složitosti jevu, jakým cestovní ruch je, byly i jejich definice velmi různorodé. Je z nich však možné vypožorovat určité základní rysy cestovního ruchu:

- dočasnou změnu místa trvalého bydliště a dočasný pobyt mimo něj,
- cesta a pobyt má nevýtěžný charakter (obvykle realizovány ve volném čase),
- vztahy mezi lidmi, které cestovní ruch vyvolává. (Hrala, 2005, s. 9-10)

Výše zmíněné definice, tedy ve svých tvrzeních nebyly zcela jednotné. S cílem sjednotit názory na definování předmětu cestovního ruchu i pro statistické účely, pořádala v roce 1991 Světová organizace cestovního ruchu (WTO) mezinárodní konferenci v kanadské Ottavě. Podle výstupu z této konference se cestovním ruchem rozumí **„činnost osoby, cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí (mimo místo bydliště) a to na dobu kratší než je stanovena, přičemž hlavní účel cesty je jiný než vykonávání výtěžné činnosti v navštíveném místě“**. Pro účely této definice se stanovenou dobrou rozumí jeden rok pro mezinárodní cestovní ruch, a šest měsíců pro domácí cestovní ruch. Výtěžná činnost není v navštíveném místě založena na trvalém či přechodném pracovním poměru (nevylučuje služební, obchodní a jiné cesty s podobným účelem). Definice stanovená podle WTO vylučuje z cestovního ruchu cesty v rámci místa trvalého bydliště, pravidelné cesty do zahraničí, dočasné přistěhování se za prací a dlouhodobou migraci. (Indrová, 2007, s. 12; Hesková, 2006, s. 11)

1.3 Systém cestovního ruchu

Cestovní ruch je otevřený a dynamický systém, který tvoří dva podsystemy, a to subjekt cestovního ruchu a objekt cestovního ruchu. (Hesková, 2006, s. 12)

1.3.1 Subjekt CR

Subjektem cestovního ruchu je účastník cestovního ruchu. Účastníkem, je z ekonomického hlediska každý, kdo „*uspokojuje svoje potřeby spotřebou statků cestovního ruchu v době cestování a pobytu mimo místo trvalého bydliště a obvykle ve volném čase. Je nositelem poptávky a spotřebitelem produktu cestovního ruchu.*“ (Hesková, 2006, s.13)

Ze statistického hlediska je účastníkem na cestovním ruchu cestující, který je pro potřeby statistiky označený jako **návštěvník**, **turista** a **výletník**. Podle mezinárodní konference z roku 1991 má své místo ve struktuře cestujících i **stálý obyvatel**, jako potenciální účastník cestovního ruchu, ať již domácího či zahraničního. (Kučerová, 1997, s. 147)

Stálý obyvatel, též označován jako **rezident**, je z pohledu *mezinárodního cestovního ruchu* osoba, která žije v dané zemi alespoň jeden ucelený rok před příjezdem do jiné země na dobu kratší než jeden rok. V *domácím cestovním ruchu* za stálého obyvatele považujeme osobu, která v daném místě žije alespoň šest po sobě následujících měsíců před příjezdem do jiného místa na kratší dobu než je šest měsíců. (Indrová, 2007, s. 13; Hesková, 2006, s. 13)

Návštěvník je osoba, která v *mezinárodním cestovním ruchu* cestuje do jiné země, než ve které má své trvalé bydliště na dobu nepřesahující jeden rok. V *domácím cestovním ruchu* je návštěvník osoba, která cestuje na jiné místo v zemi svého trvalého bydliště na dobu kratší šesti měsíců. Přičemž v obou případech je účel cesty jiný, než vykonávání výdělečné činnosti. (Kučerová, 1997, s. 147)

Turista je osoba, která jak v domácím, tak v mezinárodním cestovním ruchu vesměs splňuje kritéria návštěvníka. Podmínkou je, aby turista v místě pobytu minimálně jednou přenocoval. Podle délky pobytu rozlišujeme (Horner a Swarbrook, 2003, s. 65-66):

- turistu na dovolené, který setrvává na daném místě více než určený počet nocí nebo dní,
- krátkodobě pobývajícího turistu,“který cestuje na dobu nepřekračující tento limit, ale trávající déle než 24 hodin a zahrnující pobyt alespoň s jedním přenocováním.

Výletníkem je návštěvník, který cestuje do daného místa či země, aniž by zde setrval po dobu kratší než 24 hodin. Výletník v navštívené lokalitě nenocuje. (Indrová, 2007, s.14)

Z výše vymezených pojmů můžeme určit společné charakteristiky pro účastníka cestovního ruchu, které jsou:

- pobyt mimo místo běžného životního prostředí (trvalého bydliště),
- dočasný charakter cesty a pobytu,
- jakož i nevýdělečná činnost během účasti na cestovním ruchu. (Hesková, 2006, s. 14)

Účastníkem cestovního ruchu je každá osoba, která pobývá přechodně mimo místo svého obvyklého pobytu, přičemž motivace pro cestu není výdělečná činnost v tomto místě, ale účastnit se některého druhu nebo formy cestovního ruchu. (Pasková a Zelenka, 2002)

1.3.2 Objekt cestovního ruchu

„Objektem cestovního ruchu je všechno, co se může stát cílem změny místa pobytu účastníka cestovního ruchu. Jde o přírodu, kulturu, hospodářství apod. Objekt cestovního ruchu je tak nositelem nabídky.“ (Hesková, 2006, s. 15)

Objekt cestovního ruchu tvoří cílové místo, podniky a instituce cestovního ruchu. Jednotlivé podniky a instituce cestovního ruchu poskytují služby a zboží, které společně v cílovém místě tvoří produkt, za kterým subjekt cestovního ruchu cestuje.

Hesková (2006) objekt cestovního ruchu chápe jako celkovou nabídku v destinaci, kterou dělí na primární a sekundární. Vhodný přírodní a kulturní potenciál pro cestovní ruch, označuje jako primární nabídku. Do sekundární nabídky patří infrastrukturní vybavenost (hotely, restaurace apod.) v dané lokalitě, kterou tato autorka považuje za prostředek k naplnění primárního účelu.

2 TYPOLOGIE CESTOVNÍHO RUCHU

Z hlediska typologie cestovního ruchu se v odborné literatuře cestovní ruch nejčastěji dělí na formy a druhy. Avšak ani autoři zabývající se touto problematikou nejsou v tomto ohledu jednotní. Kupříkladu autoři Kašpar či Kapšo, mají na vymezení forem a druhů cestovního ruchu zcela opačný náhled než jejich švýcarští či rakouští kolegové. Odborná literatura uvádí množství odchylek a lze narazit i na překrývání mezi jednotlivými kategoriemi. Je to dáno obrovskou členitostí cestovního ruchu a jeho neustálým vývojem. (Indrová, 2007, s. 17; Vystoupil, 2006, s. 19s; Hesková, 2006, s. 21)

2.1 Formy cestovního ruchu

Vystoupil (2006, s. 19) uvádí, že formy cestovního ruchu jsou odvozeny převážně od motivace návštěvníků. K základním motivům, od kterých se formy cestovního ruchu dají vymezit, patří motivy:

- rekreační,
- sportovní,
- kulturní,
- ekonomické,
- společenské
- a motivy specifické

❖ **Rekreační cestovní ruch**

Největší počet účastníků cestovního ruchu je motivován obnovou svých fyzických či duševních sil, což umožňuje právě tato forma cestovního ruchu. Pro rekreační cestovní ruch je charakteristický pasivní odpočinek, který nemusí být podmínkou. Rekreační cestovní ruch může být spojen i s aktivním pobytem. Může se jednat například o různé sportovní aktivity, zájmy a koníčky jako jsou zahrádkaření či kutilství. Za rekreační cestovní ruch lze považovat i chalupaření. (Indrová, 2007, s. 18; Hesková, 2006, s. 22)

❖ **Sportovní cestovní ruch**

Pro tuto formu cestovního ruchu je, podle Vystoupila (2006) charakteristický pobyt spojený s krátkodobou či dlouhodobou sportovní aktivitou, který z pravidla předpokládá určitou

fyzičnou kondici. Pobyty se sportovní náplní mají rovněž udržovat a posilovat zdraví i prohlubovat morální vlastnosti člověka. V praxi se může jednat například o pěší a horskou turistiku, vodní turistiku, cykloturistiku a podobně. Za specifickou formu lze považovat loveckou turistiku, spojenou s lovem zvěře či rybolovem. Tyto formy podle Vystoupila (2006) řadíme mezi aktivně orientovaný sportovní cestovní ruch. Naopak za formu pasivně orientovaného cestovní ruchu lze považovat sportovní diváctví. Podmínkou je, aby navštívená sportovní akce byla mimo místo trvalého bydliště účastníků.

❖ **Kulturně poznávací cestovní ruch**

Mezi hlavní motivy účastníků na kulturně poznávacím cestovním ruchu patří především touha po poznání historie, kulturního dědictví či způsob života jiných národů. Tato forma cestovního ruchu nejčastěji motivuje účastníka cestovního ruchu k účasti či návštěvě:

- **kulturně historických památek** – hradů, zámků, staveb lidové architektury apod.,
- **kulturních zařízení** – muzeí, galerií, výstav apod.,
- **kulturních akcí** – hudebních či divadelních představení, filmových festivalů, folklórních slavností, apod.,
- **studia v zahraničí** – letní univerzitní kurzy, odborné stáže apod.

O kulturně poznávací cestovní ruch se jedná i v případě **náboženského cestovního ruchu**, pro který je typická návštěva tzv. religiozních památek - kostelů, katedrál, hřbitovů, poutních míst apod. (Foret a Foretová, 2001, s. 17-18)

❖ **Ekonomicky orientovaný cestovní ruch**

Tato forma cestovního ruchu je spojena s profesními motivy a profesními zájmy účastníka. Účastník zde tráví převážně svůj pracovní čas, i když v sobě tato forma obsahuje i prvky cestovního ruchu realizovaného ve volném čase. (Vystoupil, 2006, s. 21) Mezi formy ekonomicky orientovaného cestovního ruchu patří:

- **obchodní cestovní ruch** – „*zahrnuje obchodně i jinak profesně zaměřené služební cesty, spočívající v různých typech obchodního jednání mezi firmami, či jednání mezi institucemi a organizacemi, sjednávání obchodních kontaktů, setkání a jednání managementu apod.*“ (Indrová, 2007, s. 21)

- **kongresový cestovní ruch** – zahrnuje účast na kongresech¹, konferencích², sympoziích³, seminářích jakož i účast na výstavách⁴ a veletrzích⁵, dochází zde k vědeckým a odborným setkáním a výměně informací. Kongresové a jim podobné akce se často konají mimo hlavní turistickou sezonu, účastníci jsou z pravidla z vrcholového managementu s nadprůměrnými příjmy, což pozitivně ovlivňuje regionální ekonomiku (Indrová, 2007, s. 21; Hesková, 2006, s. 26)
- **cestovní ruch veletrhů a výstav** – dochází zde k vystavování a nabízení různých produktů a služeb s cílem zaujmout účastníka, rovněž zde dochází k získání kontaktů vedoucích k budoucímu prodeji či prodeji rovnou na místě (Vystoupil, 2006, s. 21)
- **incentivní cestovní ruch** – neboli stimulační či motivační, jak bývá také označován, zaměstnavatel jej používá jako stimul k lepším pracovním výkonům nebo jako odměnu za dosažené výkony, náklady na incentivní cestovní ruch hradí zaměstnavatel, a to buď zcela, nebo z převážné části, může nabývat například podob dovolené pro nejlepšího zaměstnance, částečně pracovních pobytů (semináře, školení, apod.) spojených s rekreačním či poznávacím programem. Jako odměna nemusí stimulační cestovní ruch fungovat pouze pro zaměstnance, účast na něm může být i odměnou pro partnery, distributory, zprostředkovatele či zákazníky. (Vystoupil 2006, s. 21)

¹ „Kongresem se rozumí akce zvláštního, nejčastěji mezinárodního významu, zaměřeného na výměnu výsledků lidského poznání z různých společenských oblastí.“ (Vystoupil a kol., 2011, s. 114)

² „Konference má charakter větší schůze – porady, svolané k projednání určitých otázek zaměřujících se na vyjádření stanovisek k různým aspektům odborné problematiky. Synonymem je fórum, eventuálně mítink“ (Vystoupil a kol., 2011, s. 114)

³ „Symposium je vědecká konference užšího speciálního oboru spojená s vědeckou diskuzí o dané problematice.“ (Vystoupil a kol., 2011, s. 114)

⁴ „Výstava je komplexní propagační akce s předvedením exponátů. Má informativní charakter s cílem prezentovat nabídku.“ (Vystoupil a kol., 2011, s. 114)

⁵ „Veletrh je rozsahem prezentace větší než výstava a zpravidla má mezinárodní účast. Jedná se o obchodní výstavní akci, během které jsou navazovány obchodní kontakty a uzavírány kontrakty.“ (Vystoupil a kol., 2011, s. 114)

❖ Společenský cestovní ruch

Společenský cestovní ruch je orientovaný převážně na společenské styky a komunikaci mezi lidmi. Nejčastější formou je návštěva příbuzných a známých a návštěvy společenských akcí. Do této kategorie patří také klubový cestovní ruch, který je charakteristický vědomě utvořenou skupinou lidí se společnými zájmy. (Foret a Foretová, 2001, s. 17-18)

❖ Specifický cestovní ruch

Jedná se o cestovní ruch se specifickými motivy. Do této kategorie můžeme zařadit například rybářský cestovní ruch, myslivecký cestovní ruch, dále nákupní a politický cestovní ruch jakož i nábožensky orientovaný cestovní ruch apod. (Indrová, 2007, s. 22; Hesková, 2006, s. 24)

Výše uvedené formy cestovního ruchu se v praxi nevyskytují vždy ve své čisté podobě, nýbrž dochází k jejich vzájemnému propojování a prolínání.

2.2 Druhy cestovního ruchu

Formy cestovního ruchu jsou odvozeny převážně z motivace návštěvníka, oproti tomu druhy cestovního ruchu jsou odvozeny převážně od průběhu a způsobu realizace cestovního ruchu v závislosti na geografických, ekonomických a jiných podmínkách. (Vystoupil, 2006, s. 22)

❖ Podle místa realizace

Jedná se o členění dle území, na kterém cestovní ruch probíhá. Podle tohoto kritéria se cestovní ruch dělí na cestovní ruch domácí a zahraniční a dále na cestovní ruch mezinárodní, národní a světový, rovněž také na vnitrostátní a národní.

Domácí cestovní ruch je Světovou organizací cestovního ruchu (WTO) a podle Vystoupila (2006, s. 22) definován jako: „*cestování a pohyb občanů mimo místo jejich trvalého pobytu za účelem využití volného času, realizace obchodu nebo profesních povinností, nebo za jiným účelem, trvající ne déle než jeden rok a realizované kompletně ve vlastním státě.*“ Mohli bychom tedy říci, že účastníci na domácím cestovním ruchu nepřekračují státní hranice své země a jedná se o pobyt občanů dané země v rámci jejího území.

Zahraniční cestovní ruch, při němž dochází k překročení státních hranic účastníkem; jde tedy o pobyt mimo domovský stát účastníka. V rámci zahraničního cestovního ruchu rozli-

šujeme **aktivní** neboli **příjezdový cestovní ruch** a **pasivní** neboli **výjezdový cestovní ruch**. Při **výjezdovém cestovním ruchu** se jedná o výjezdy občanů dané země do zahraničí. Za pasivní zahraniční cestovní ruch je označován proto, že výdaje se v mateřské zemi účastníka promítnou do pasiv bilance cestovního ruchu jako součásti platební bilance státu. Hovoříme-li o **příjezdovém cestovním ruchu**, znamená to, že zahraniční účastníci přijíždějí do cílové země. Příjezdový cestovní ruch je jako aktivní zahraniční cestovní ruch označován proto, že výdaje zahraničních účastníků v navštívené zemi se promítnou v aktivech bilance cestovního ruchu jako součásti platební bilance státu. (Hesková, 2006, s. 27; Indrová, 2007, s. 22)

Indrová (2007) dále jako specifickou složku zahraničního cestovního ruchu uvádí **tranzitní cestovní ruch**. Je možné ho vymezit jako průjezd zahraničních účastníků přes území daného státu, který není jejich konečnou destinací.

Mezinárodní cestovní ruch „zahrnuje pohyby účastníků cestovního ruchu mezi státy, bez konkrétního teritoriálního určení.“ (Indrová, 2007, s. 23) Tvoří jej příjezdový a výjezdový cestovní ruch několika států či regionů. K pojmu mezinárodní cestovní ruch se vztahuje také pojem **cestovní ruch světový**, který zahrnuje souhrn příjezdového a výjezdového cestovního ruchu všech zemí světa a dále pojem **cestovní ruch světa**, který zahrnuje veškerý cestovní ruch na celém světě, tedy jak domácí, tak zahraniční cestovní ruch. (Hesková, 2006, s. 27; Indrová, 2007, s. 23)

Světová organizace cestovního ruchu (WTO) uvádí ještě další typy cestovního ruchu, a to **cestovní ruch vnitrostátní**, který zahrnuje veškerý cestovní ruch na území daného státu (domácí cestovní ruch a příjezdový cestovní ruch) a **cestovní ruch národní**, který zahrnuje cestovní ruch obyvatelstva daného státu (domácí a výjezdový cestovní ruch). Dělení podle Světové organizace cestovního ruchu uzavírá **regionální cestovní ruch**, který „zahrnuje cestovní ruch regionů a států jako cestovních cílů“ (Hesková, 2007, s. 27). V domácím cestovním ruchu se může jednat např. o cestovní ruch Valašska nebo Plzeňska, v mezinárodním cestovním ruchu může jít o cestovní ruch Evropy, Afriky, Tichomoří apod. Regionální cestovní ruch se může týkat i menších regionů jako severní či jižní Evropu.

❖ Podle vztahu k platební bilanci

V tomto případě bereme v potaz míru účinku cestovního ruchu na národní ekonomiku ve vztahu k zahraničí, konkrétně vliv cestovního ruchu na platební bilanci státu. V této souvislosti hovoříme pouze o zahraničním cestovním ruchu, který Indrová (2007, s. 23) dělí na:

Zahraníční cestovní ruch aktivní, do kterého patří příjezdy zahraničních účastníků do dané země. Tito návštěvníci během svého pobytu v dané zemi, utrácejí své devizové prostředky za zboží či služby, což vede k přílivu deviz do platební bilance státu. Stejně jako export zboží, má i aktivní zahraniční cestovní ruch pozitivní vliv na saldo platební bilance státu (přísun devizových prostředků). Z toho důvodu je rovněž označován jako *neviditelný export*.

Zahraníční cestovní ruch pasivní, o kterém hovoříme, když domácí obyvatelé vyjíždí do zahraničí. Tito účastníci realizují svůj pobyt a spotřebu v zahraničí za vyvezené devizové prostředky. Pro stát to znamená určité odčerpání devizových prostředků, což má pasivní vliv na platební bilanci státu. Můžeme hovořit i o *neviditelném importu*, jelikož vliv na platební bilanci státu je obdobný jako v případě dovozu zboží.

❖ Podle délky trvání pobytu

Podle tohoto kritéria rozlišujeme cestovní ruch na **krátkodobý** a **dlouhodobý**.

Krátkodobý cestovní ruch je typický krátkou dobou pobytu, zpravidla do tří přenocování v jednom místě. Nejčastějšími motivy účasti na krátkodobém cestovním ruchu jsou odpočinek, poznávání, sportovní a kulturní vyžití, koncerty apod. Formou krátkodobého cestovního ruchu je **výletní cestovní ruch**, který je spojený s pobytem mimo místo trvalého bydliště po dobu kratší než je jeden den a bez přenocování. Další formou je **víkendový cestovní ruch**, jenž je typický jedním až třemi přenocováními.

Dlouhodobý cestovní ruch zahrnuje více jak tři přenocování v jednom místě. Doba trvání však nesmí být delší než šest měsíců v domácím cestovním ruchu a ne déle než jeden rok u zahraničního cestovního ruchu. (Hrala, 2005, s. 9-10)

❖ Podle počtu účastníků

Na základě výše počtu účastníků Vystoupil (2006, s. 22) uvádí tři základní členění.

Individuální cestovní ruch představuje cesty jednotlivců nebo nejvýše malých skupin lidí (rodina), kteří svůj pobyt organizují samostatně, nikoliv v rámci organizované skupiny. Typický příklad individuálního cestovního ruchu je chataření.

Skupinový cestovní ruch, pro který jsou charakteristické cestování a pobyty v organizovaných skupinách, z kterých mají účastníci výhody např. ve formě zlevněného vstupného.

Masový cestovní ruch, který představuje protipól k individuálnímu cestovnímu ruchu, je typický masovou účastí turistů. Může mít negativní dopady na prostředí.

❖ Podle způsobu zabezpečení průběhu

V závislosti na způsobu organizování cesty či pobytu rozlišujeme cestovní ruch:

Organizovaný, při kterém cestu i pobyt organizuje cestovní kancelář nebo jiný podnikatelský subjekt, který se zabývá poskytováním zprostředkovatelských služeb. Účastník si kupuje ucelený produkt, který zahrnuje nejméně dvě základní služby, a to dopravu a ubytování.

Neorganizovaný, během kterého si účastník veškeré služby spojené s účastí na cestovním ruchu, zajišťuje sám. (Galvasová, 2008, s. 28-30)

❖ Podle způsobu financování

Na základě způsobu úhrady nákladů, které jsou spojené s účastí na cestovním ruchu, rozlišujeme dva základní typy:

Komerční cestovní ruch, který je též označován jako *volný cestovní ruch*. Účastník si hraří veškeré výdaje zcela ze svých zdrojů

Sociální cestovní ruch je rovněž označován jako *vázaný cestovní ruch*. Výdaje na pobyt jsou účastníkovi hrazeny zcela nebo pouze z části nějakou organizací či institucí např. pojišťovnou. Může jít například o dětské tábory, lázeňské pobyty či formu incentivního cestovního ruchu. (Galvasová, 2008, s. 28-30)

❖ Podle věku účastníků

Každá věková skupina je charakteristická svým spotřebním chováním, zvyklostmi a svými nároky ať už na rozsah či strukturu služeb, které při účasti na cestovním ruchu vyžadují. Podle Heskové (2007, s. 30-31) a Indrové (2007, s. 26) lze cestovní ruch dělit na:

Cestovní ruch dětí, při kterém jde o organizované pobyty dětí ve věku do 15 let, které se zúčastňují těchto pobytů bez dohledu svých rodičů, avšak s jejich souhlasem. Jde například o pobytové, sportovní nebo jinak zaměřené dětské tábory, školy v přírodě, školní výlety apod.

Cestovní ruch mládeže je spojen s cestováním mladých lidí přibližně ve věku 15 – 25 let, kteří už necestují se svými rodiči ani se svými, dosud nezaloženými, rodinami. Mládež často vyžaduje kolektivní akce a určitou formu hlučnější zábavy, dále preferuje cestovat se svými vrstevníky a poznávat kulturu v navštívené zemi. Rovněž se spokojí s nižší kvalitou služeb za nižší ceny.

Cestovní ruch rodin s dětmi neboli rodinná rekreace. Věková skupina, která spadá do této kategorie, jsou lidé ve věku zhruba 25 – 44 let, kteří žijí jako manželské páry s dětmi. Při vybírání místa pro rekreaci, hledají takové místo, které uspokojuje jak potřeby dospělých, tak potřeby dětí. Pro tuto skupinu je vžitě označení „babyboomers“.

Cestovní ruch seniorů je určený pro okruh lidí, kteří již ukončili svoji pracovní aktivitu. Jedná se tedy o cestovní ruch obyvatel v postproduktivním věku. Pro tuto skupinu je typický dostatek volného času. Senioři často vyhledávají destinace s příjemnou a klidnou atmosférou, které vyhovují jejich specifickým požadavkům např. ohledně jídla či snadné dostupnosti. Nejčastější formou jsou poznávací zájezdy, lázeňské nebo zdravotní pobyty, dlouhodobé pobyty v místech s příjemným klimatem a návštěvy u rodin a přátel.

❖ **Podle převažujícího místa pobytu**

Toto kritérium je spojeno s typologií středisek cestovního ruchu. Každé středisko je specifické svojí odlišností v nabídce a úrovni poskytovaných služeb. Z tohoto pohledu je možné cestovní ruch dělit na (Vystoupil, 2006, s. 23):

Městský cestovní ruch, který má většinou krátkodobější charakter. Hlavním motivem je návštěva kulturních a historických pamětihodností, společenských událostí, jakož i poznání současného života v navštíveném městě. S městským cestovním ruchem jsou spojeny i jeho určité formy, jako např. kulturně poznávací, ekonomicky orientovaný, sportovní apod.

Venkovský cestovní ruch, který bývá označován i jako rurální, je realizován v ekologicky příznivém prostředí mimo urbanizované celky. Pro venkovský cestovní ruch je, oproti městskému, typické ubytování spíše v soukromí či v menších hromadných ubytovacích zařízeních. Specifickou formou je **agroturistika**, která je spojená s pobytem na zemědělských či selských usedlostech. Jde o aktivní odpočinek a účastník se zpravidla zapojuje do aktivního života na těchto usedlostech (sečení, sbírání ovoce, dojení, výroba sýrů, tkání, hrnčířství, myslivost, rybaření apod.). Další formy venkovského cestovního ruchu mohou být např. ekoturistika, ekoagroturistika, pěší turistika, hippoturistika nebo vinařský cestovní ruch.

Lázeňský cestovní ruch, který je charakteristický dlouhodobými pobyty, které jsou spojené s odborným zdravotnickým dohledem. Pro lázeňské místo je typický výskyt přírodních léčivých zdrojů. Návštěvník lázeňských míst je nejčastěji motivován nápravou svého zdravotního stavu či preventivním opatřením před zdravotními potížemi.

Cestovní ruch ve střediscích cestovního ruchu je spojený s pobytem v rezortech, které jsou primárně pro účely cestovního ruchu. Může se jednat například o rezorty přímořské, horské, zábavní, sportovní apod.

❖ Podle dalších kritérií

V odborné literatuře se můžeme setkat s mnoha dalšími kritérii členění cestovního ruchu, z nichž lze uvést zejména členění cestovního ruchu (Malá, 2002, s. 23-24):

- podle ročního období – letní, zimní, sezónní, mimosezónní a celoroční cestovní ruch,
- podle použitého dopravního prostředku – např. lodní, letecký,
- podle způsobu ubytování, (hotel, penzion, kemp, chata, atd.)
- podle sociálního hlediska a další.

2.3 Faktory a předpoklady rozvoje cestovního ruchu

Správné určení faktorů a předpokladů pro rozvoj cestovního ruchu je důležitým faktorem pro volbu nejvhodnější a nejefektivnější strategie rozvoje území z hlediska cestovního ruchu. V odborné literatuře je výčet předpokladů CR poměrně ustálený, přesto ne všichni autoři používají stejné členění, proto budeme dále vycházet z klasifikace faktorů a předpokladů na selektivní, lokalizační a realizační, které Vystoupil (2011, s. 34) uvádí ve své publikaci.

2.3.1 Selektivní předpoklady

Jako primární předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu můžeme označit předpoklady selektivní, které dokumentují způsobilost obyvatel účastnit se cestovního ruchu. Jedním z klíčových faktorů pro rozvoj CR je politická situace. Všeobecně platí, že pro rozvoj jakékoliv činnosti, tedy i cestovního ruchu, je nejvhodnější mírové uspořádání světa. Ekonomické faktory v sobě odrážejí výši životní úrovně populace a s ní spojený objem fondu volného času jakož i kupní sílu obyvatelstva v dané lokalitě. Pro rozvoj CR je rovněž důležitý stupeň

urbanizace. Vystoupil (2006) dále uvádí demografické faktory, které jsou spojené s rozdílnými požadavky na cestovní ruch ze strany různých cílových skupin rozdělených například podle věku, vzdělání, příjmu apod.

Mezi další faktory ovlivňující rozhodnutí obyvatel o účasti na cestovním ruchu patří různé psychologické pohnutky (např. vlastní zážitky a zkušenosti). Důležitou roli zde hraje reklama, propagace a módnost. (Turistický potenciál regionu, 2011)

2.3.2 Lokalizační předpoklady

Lokalizační předpoklady mají z pohledu rozvoje cestovního ruchu sekundární význam. Důležitou roli však hrají při výběru lokality a místa realizace cestovního ruchu. Lokalizační předpoklady vyjadřují, jaký má krajina potenciál pro rozvoj cestovního ruchu. O využití lokalizačních předpokladů v cestovním ruchu rozhodují předpoklady selektivní a realizační. Vystoupil (2006) lokalizační předpoklady dále dělí na předpoklady přírodní a na předpoklady kulturně-historické.

Přírodní předpoklady

Přírodní předpoklady vytvářejí svým charakterem podmínky pro rozvoj konkrétních forem CR v daném území. Mezi základní faktory tradičně patří klimatické poměry, které jsou rozdělené na základě horizontální a vertikální zonálnosti podnebí. Dále sem řadíme hydrologické poměry včetně podpovrchových vod (termální, minerální, léčebné prameny), reliéf a morfologické poměry zastoupené především nadmořskou výškou, formou povrchu, horizontální a vertikální členitostí. Svě zastoupení v přírodních předpokladech má rovněž rostlinstvo a živočišstvo. (Vystoupil, 2006, s. 40 - 43)

Kulturně historické předpoklady

Kulturně historické předpoklady se svým charakterem odlišují od přírodních předpokladů, jelikož vznikly činností člověka. Rovněž na rozdíl od přírodních předpokladů, které jsou typické spíše svým areálovým nebo liniovým uspořádáním, jsou kulturně historické předpoklady charakteristické bodovým rozmístěním. V rámci kulturně historických předpokladů rozlišujeme kulturně historické památky (např. hrady, zámky, prvky lidové architektury, sakrální stavby, technické památky a jiné), kulturní zařízení a kulturní akce (např. musea, divadla, galerie, hvězdárny, kina apod.) a společenské akce (např. festivaly, sportovní, kongresové, veletržní a jiné akce). (Vystoupil, 2006, s. 43-44)

2.3.3 Realizační předpoklady

Realizační předpoklady zabezpečují účast na cestovním ruchu v lokalitách s příznivými lokalizačními a selektivními předpoklady. Svou existencí umožňují vlastní uskutečnění cestovního ruchu. Součástí realizačních předpokladů je dopravní dostupnost a materiálně technická základna, kterou můžeme chápat jako soubor zařízení sloužících k uspokojování potřeb účastníků CR. Jsou to například ubytovací, stravovací zařízení, sportovně rekreační a zábavní zařízení, mohou sem patřit i informační centra apod. (Vystoupil, 2006, s. 44-45)

Z pohledu významu pro rozvoj cestovního ruchu v dané lokalitě mají velký vliv realizační a obzvláště selektivní předpoklady. Svou existencí podporují vznik cestovního ruchu v území a podmiňují jeho kvantitativní a kvalitativní selekci u obyvatelstva. Druhotný význam mají lokalizační předpoklady, které na základě přírodních a kulturně historických předpokladů charakterizují potenciál území pro rozvoj cestovního ruchu.

3 POZICE CESTOVNÍHO RUCHU V RÁMCI REGIONÁLNÍ POLITIKY

Cestovní ruch je z pohledu veřejné správy vnímán jako součást regionální politiky. V posledních letech klade regionální politika stále větší důraz na cestovní ruch. To může pomoci například strukturálně postiženým regionům k vytvoření odolnějšího ekonomického prostředí vůči strukturálním problémům. V důsledku rozvoje cestovního ruchu mohou v území vznikat nová pracovní místa i při relativně nízkých nákladech. (Wokoun, 2008, s. 206)

V prostředí České republiky jsou v rámci politiky cestovního ruchu uplatňovány 4 hlavní směry (GaREP, spol. s r.o., 2009, s. 172):

- zvýšení konkurenceschopnosti a ekonomického přínosu odvětví cestovního ruchu v ČR,
- snížení nezaměstnanosti,
- rozvoj regionů, malého a středního podnikání,
- ochrana životního prostředí.

Politika cestovního ruchu je velice složitá záležitost, která je ovlivňovaná řadou faktorů, např. přírodních, sociálních, ekonomických, legislativních, dopravních. Velký vliv mají také různí aktéři veřejné a soukromé sféry, kteří sem promítají své zájmy. (GaREP, spol. s r.o., 2009, s. 172)

Němčanský (1999) politiku cestovního ruchu definuje jako „vědomou podporu a tvorbu cestovního ruchu, kterou uskutečňují různá společenství ovlivňováním daností relevantních pro cestovní ruch. Jako společenství jsou zde chápáni nositelé této politiky, tj. veřejnoprávní instituce (obce, kraje, stát), soukromé instituce (svazy, komory) a různé zájmové či profesní skupiny.“

3.1 Základní legislativní rámec cestovního ruchu

Podle zákona č. 2/1969, Sb., o zřízení ministerstev a jiných ústředních orgánů státní správy České republiky, spadá na centrální úrovni oblast cestovního ruchu do působnosti Ministerstva pro místní rozvoj. Jedinou výjimku tvoří lázeňský cestovní ruch, který je v působnosti Ministerstva zdravotnictví podle tzv. „lázeňského zákona“ tj. zákon č. 164/ 2001 Sb., o

přírodních léčivých zdrojích, zdrojích přírodních minerálních vod, přírodních léčebných lázních a lázeňských místech a o změně některých souvisejících zákonů. (Galvasová, 2008, s. 190)

Nosnou normou regionální politiky je zákon č. 248/ 2000 Sb., o podpoře regionálního rozvoje. Zákon se mimo jiné věnuje působnosti správních úřadů, krajů a obcí v oblasti regionálního rozvoje, tedy i cestovního ruchu.

3.2 Základní strategické a programové dokumenty cestovního ruchu

Aby se cestovní ruch mohl efektivně rozvíjet, je nutné stanovit cíle a priority, které by měly být v určitém časovém období realizovány. Z hlediska obecnosti a účelu dokumentů můžeme rozlišovat jejich následující typy:

- strategie – je dlouhodobý koncepční dokument, který určuje rozvoje území, pro něž daný subjekt strategii vytváří a to na dlouhé období ve všech tematických oblastech.
- program – je střednědobý koncepční dokument, který vychází a navazuje na strategii, vytyčuje opatření k dosažení strategických cílů.
- plán – je krátkodobý dokument prováděcího charakteru, konkretizuje vybraná opatření formou projektů a aktivit, obsahuje harmonogram i způsob financování. (Koncepční dokumenty, 2010)

Směry politiky cestovního ruchu v České republice jsou rozpracovány v dokumentu Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2007 – 2013. Dále to jsou Prováděcí dokument ke Koncepci státní politiky cestovního ruchu, Strategie hospodářského růstu a Strategie regionálního rozvoje. Rozvoj cestovního ruchu musí být v souladu s Politikou územního rozvoje, aby nedocházelo k negativním dopadům vlivem cestovního ruchu v území.

Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR

Tento dokument představuje pouze obecný rámec, ve kterém jsou obsaženy základní strategické směry rozvoje ČR. Ministerstvo pro místní rozvoj prostřednictvím Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR (dále jen „Koncepce“) na období 2007 – 2013 vymezuje střednědobé strategické cíle rozvoje. Koncepce určuje jakým způsobem pomoci k rozšíření

a zkvalitnění infrastruktury cestovního ruchu, dále uvádí způsoby propagace, jakož i spolupráci aktérů cestovního ruchu. Koncepce pro období 2007 – 2013 zahrnuje čtyři priority. (MMR ČR, 2006a, s. 16)

Tabulka 1: Přehled priorit Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR pro období 2007 – 2013 (MMR ČR, 2006a)

Název priority	Hlavní cíl priority
Priorita 1: Podpora tvorby konkurenceschopných národních a regionálních produktů cestovního ruchu.	Jelikož většina produktů cestovního ruchu má převážně regionální charakter, je hlavním cílem zvýšit míru návštěvnosti v krajích ČR. Finance plynoucí z větší návštěvnosti krajů by poté byly použity na další zkvalitnění turistické sítě a pro investice do nových turistických programů. Mezi hlavní produkty na národní úrovni patří v České republice převážně lázeňství, památky UNESCO, historická města a Praha.
Priorita 2: Podpora budování a zkvalitnění infrastruktury a služeb cestovního ruchu.	Mezi hlavní cíl priority patří rozšíření a zkvalitnění nabídky základní a doprovodné infrastruktury cestovního ruchu, zejména nových ubytovacích zařízení, sportovních areálů a kulturních atraktivit. Jelikož je v České republice kvalita těchto služeb, v porovnání s vyspělými zeměmi, na nízké úrovni je nezbytná náprava. V důsledku přílivu investic, do budování nové infrastruktury cestovního ruchu, by se měla zvýšit i zaměstnanost v turisticky atraktivních regionech což by dále vedlo k zvýšení životní úrovně místních obyvatel.
Priorita 3: Marketingová podpora cestovního ruchu a rozvoj lidských zdrojů.	Aby se Česká republika jako turisticky atraktivní destinace dostala do povědomí návštěvníků, je velmi důležitá správná propagace země na celosvětovém trhu cestovního ruchu. Marketingová propagace vychází převážně z marketingových šetření na mezinárodní, národní a regionální úrovni. Mezi oblast podpory v rámci

	priority také patří vzdělávání pracovníků v oblasti cestovního ruchu, podpora výzkumu a iniciování spolupráce mezi krajskými úřady a Českým statistickým úřadem.
Priorita 4: Podpora budování a vytváření organizační struktury cestovního ruchu.	K hlavním cílům patří vybudování celorepublikové sítě turistických center a podpora již stávajících. Předmětem podpory je i zajištění vzájemné spolupráce mezi informačními centry nejen na regionální úrovni.

Základním finančním nástrojem pro realizaci Koncepce jsou strukturální fondy EU. Jedná se především o Integrovaný operační program (IOP), o Regionální operační program (ROP) a další tematické operační programy a operační programy Evropské územní spolupráce. Nástrojem, který stojí mimo systém strukturálních fondů, je Program rozvoje venkova.

Prováděcí dokument ke Koncepci státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2007 – 2013

Koncepce stanovuje základní rozvojové změny, které by měly být podpořeny, nezahrnuje již však odpovědnosti za konkrétní aktivity a záměry. Prováděcí dokument proto dále rozpracovává a konkretizuje aktivity Koncepce. K těmto aktivitám jsou zde pak stanoveny konkrétní nástroje, způsob a doba realizace včetně určení realizátorů, kteří budou zodpovědní za jejich plnění. (MMR ČR, 2006b)

Strategie hospodářského růstu

Cílem tohoto dokumentu je přiblížit Českou republiku ekonomické úrovni rozvinutějších zemí Evropské unie. Strategie zahrnuje tři hlavní úkoly, které se soustřeďují na nastavení priorit pro koordinaci hospodářské politiky do roku 2013, na komunikaci těchto priorit veřejnosti a podnikatelům a snaží se přispět k maximálně efektivnímu nasměrování veřejných prostředků v oblastech přímé intervence. (Strategie hospodářského růstu České republiky, 2011)

Strategie regionálního rozvoje

Pro cestovní ruch má tento dokument význam v tom, že stanovuje dvě základní podmínky pro dosažení vyšší konkurenceschopnosti ČR. První podmínkou je vyrovnání rozsahu a kvality základní i doplňkové infrastruktury a služeb cestovního ruchu. Druhou podmínkou je zvýšení

atraktivitu ČR a regionů jako destinací cestovního ruchu, přičemž se klade důraz na využití jejich specifického potenciálu, zejména přírodního a kulturního. Zároveň je nutné respektovat principy udržitelného rozvoje, nejen po socioekonomické stránce ale také po ekologické. (MMR ČR, 2006c)

Politika územního rozvoje

Na Politiku územního rozvoje je nahlíženo jako na celostátní nástroj, který určuje požadavky na konkretizaci úkolů mezinárodního plánování, určuje strategii a základní podmínky pro naplňování těchto úkolů a stanovuje republikové priority územního plánování pro zajištění udržitelného rozvoje území. Zároveň jsou v něm vymezeny rozvojové oblasti Praha, Ostrava, Brno, Hradec Králové, Pardubice, Plzeň, Ústí nad Labem, Olomouc, Zlín, České Budějovice, Jihlava, Karlovy Vary. (MMR ČR, 2009)

3.3 Nástroje politiky cestovního ruchu

Na regionální a místní úrovni mají nástroje politiky cestovního ruchu podobu strategických dokumentů, které stanovují cíle a prioritní oblasti rozvoje cestovního ruchu a vybrané aktivity vedoucí k dosažení těchto cílů. V českém prostředí se nejčastěji jedná o nástroje marketingové propagace daného území. (GaREP, spol. s r.o., 2009, s. 175)

3.3.1 Marketingové nástroje podpory cestovního ruchu

Základní podoba marketingových nástrojů je představována marketingovým mixem. Marketingový mix zahrnuje kontrolovatelné faktory, které slouží k uspokojování potřeb specifických skupin zákazníků (Eurovision, s r.o., 2010, s. 81). Existuje mnoho nástrojů marketingového mixu, no základní jsou čtyři (známe jako „4P“), a to: výrobek/služba (product), cena (price), místo (place) a propagace (promotion). V oblasti cestovního ruchu můžeme tyto nástroje rozšířit na 8P, kde jsou kromě čtyř základních zahrnuty také lidé (people), tvorba balíků služeb (package), programování (programming) a spolupráce (partnership). (Torma a Derco, 2007)

Produkt

Za produkt můžeme považovat vše, co je předmětem směny. V oblasti cestovního ruchu se jedná často o poskytování služby, tedy má nehmotný charakter. Produktem nemusí být je-

nom jedna služba, ale může jím být celý provázaný komplex služeb a výhod, které jsou vytvořeny na základě individuální nabídky.

Produkt můžeme hodnotit z mnoha aspektů, jako například z jeho hlavních složek, jeho součástí, způsobu poskytování, z časového hlediska, individuální spotřeby apod. Každý aspekt může poskytnout poznatky a závěry pro další vývoj produktu a jeho marketing. (Eurovision, s r.o., 2010, s. 81)

Základní formy, ve kterých je produkt nabízen, jsou hmatatelné zboží, hmatatelné zboží s doprovodnými službami, služba s doprovodnými výrobky a služby (Hesková, 2006, s. 132).

Cena

Cena je velice významným a typickým nástrojem marketingu cestovního ruchu a bývá propojena s ostatními nástroji. Volba efektivní cenové strategie je důležitá pro vnímání hodnoty a kvality služeb zákazníkem. V rámci různých strategií hraje cena klíčový faktor a rozvinulo se tak mnoho různých přístupů k marketingu cestovního ruchu, kde cena je určující faktor. Jako příklad můžeme uvést motivační programy pro podporu nákupu (first minute, last minute, kluby stálých zákazníků), segmentace zákazníků podle ceny služeb, vytváření zvýhodněných krátkodobých i dlouhodobých balíčků, aj. Cena má většinou funkci stimulační a regulační. (Eurovision, s r.o., 2010, s. 86)

Místo

V podstatě se jedná o lokalizaci daného produktu na vhodné místo (do vhodné destinace) a o volbu prodejních cest. V úvahu přicházejí následující varianty:

- zákazník jde k poskytovateli
- poskytovatel jde k zákazníkovi
- transakce na dálku (např. prostřednictvím internetu)

Mezi nové trendy v distribuci patří zjednodušení distribuční cesty (zlevnění, zjednodušení pro klienty), objevují se nová média distribuce (digitální televize, služby mobilních operátorů) a je možné produkty CR distribuovat současně různými kanály. (Hesková, 2006, s. 133; Eurovision, s r.o., 2010, s. 82)

Propagace

Propagace je nejvíce viditelnou a pravděpodobně nejdůležitější součástí marketingu. Hlavně v oblasti cestovního ruchu se na ni klade velký důraz. Při propagaci je nutné vycházet ze specifík produktu. K propagaci mohou sloužit různé letáčky, brožury, média (televize, tisk), osobní prodej, sponzoring a reklama. Reklama může mít různé formy a je jednou z nejvyužívanějších možností. Obecně se však využívá soubor čtyř nástrojů – tzv. komunikační mix, který je tvořen reklamou, osobním prodejem, podporou prodeje a stykem s veřejností. (Eurovision, s r.o., 2010, s. 84)

Lidé

Změny v oblasti cestovního ruchu jsou závislé na lidském faktoru. Na jedné straně vystupují zaměstnanci, jako nositelé a poskytovatelé produktu a na druhé straně hosté, jako spotřebitelé produktu. Lidmi ovšem rozumíme nejenom zaměstnance podniku a hosty, ale také místní obyvatelstvo, které může vytvářet pozitivní nebo negativní podmínky pro budování daného místa jako turistické destinace. S lidmi je nevyhnutné neustále pracovat - zaměstnanci školit a vzdělávat a místním vysvětlovat klady a zápory proměny místa na turistickou destinaci. Spokojenost hostů je také klíčová pro rozvoj cestovního ruchu v dané oblasti. (Eurovision, s r.o., 2010, s. 88)

Tvorba balíků

Jedná se o sestavení kombinace různých výrobků a služeb, tak aby naplnily požadavky zákazníka, který za ně zaplatí určenou cenu. Balík služeb usnadňuje zákazníkovi proces zajišťování dovolené. Na straně poskytovatele služeb cestovního ruchu zase představuje nástroj jak zvýšit odbyt hůře prodejných služeb nebo řídit tok návštěvníků a „zamlžuje“ kalkulaci ceny (zákazník může ztratit přehled o cenách jednotlivých položek v balíku, což můžeme dosáhnout tím, že označíme určitou položku v balíku „zdarma“). (Eurovision, s r.o., 2010, s. 88)

Programování

Jeho smysl spočívá v tom, že vytváří vzájemně navazující nabídky služeb a atraktivit cestovního ruchu, které vytvářejí výsledný produkt. Jde o postup, který je typický pro kvalitní destinační management. Typickým příkladem programování je vytváření souvislé nabídky sportovních a kulturních představení v daném místě. Hlavním cílem je rovnoměrnější návštěvnost místa a tím snižování sezónnosti. Jako příklad můžeme uvést akce Pražské jaro a Pražský podzim, organizování divadelních představení v létě, mimo hlavní sezonu, nebo

předvánoční trhy apod. Programem ovšem je také náplň poznávacího nebo pobytového zájezdu a mnoho dalších akcí. (Eurovision, s r.o., 2010, s. 84)

Spolupráce

Význam spolupráce mezi jednotlivými nositeli cestovního ruchu na různých úrovních jsme zmiňovali již výše. Další rozšířenou spoluprací je kooperace poskytovatelů služeb a zprostředkovatelů při realizaci a propagaci balíků. I tady se setkáváme s podceňováním významu a potenciálu spolupráce a narážíme na bariéry nepochopení její výhodnosti. Spolupráce by měla zahrnovat kooperaci všech aktérů – podnikatelů, místní komunity, samosprávy, státní správy, asociací a zájmových skupin, což by mělo vést a být dobrým základem pro udržitelný rozvoj CR. Spolupráce může být podpořena vytvořením vhodné marketingové komunikace. (Eurovision, s r.o., 2010, s. 89-90)

3.3.2 Strategické dokumenty jako nástroj cestovního ruchu

Program rozvoje kraje

Na úrovni kraje se za základní strategický dokument politiky cestovního ruchu považuje Program rozvoje kraje. Tento dokument je střednědobý až dlouhodobý a jeho úkolem je koordinovat, stimulovat a uvádět v soulad rozvojové aktivity soukromého a veřejného sektoru. Můžeme ho považovat za klíčový nástroj regionálního rozvoje, který pomáhá zvyšovat povědomí o nejdůležitějších potřebách kraje, napomáhá mobilizovat vlastní kapacity a zdroje, umožňuje nositelům politiky cestovního ruchu na krajské úrovni koordinovat a kontrolovat směřování kraje do budoucna. (GaREP, spol. s r.o., 2009, s. 176) Z tohoto dokumentu následně vycházejí další dokumenty, jako i Strategie rozvoje cestovního ruchu v daném kraji.

Strategie rozvoje cestovního ruchu

Tento dokument je klíčovým v rámci rozvoje cestovního ruchu na regionální či místní úrovni. Jeho obsahem je vždy analýza současného stavu a podmínek budoucího rozvoje cestovního ruchu. Na základě analýzy je pak zformulována základní vize strategie a její jednotlivé cíle a priority. Další částí je akční plán, ve kterém jsou vymezeny konkrétní projekty a opatření, které povedou k naplnění daných cílů. (GaREP, spol. s r.o., 2009 s. 177)

Další důležitý koncepční a strategické dokumenty byly vymezeny a popsány výše, proto se teď s nimi již nebudeme zabývat.

3.4 Další nástroje podpory cestovního ruchu

V oblasti rozvoje cestovního ruchu jsou využívány rozvojové nástroje regionální politiky. Můžeme je označit jako pomůcky k výkonu, podpoře určité činnosti. Wokoun a Mates (2006) rozlišují:

Nástroje nefinanční:

- administrativní nástroje (legislativa),
- institucionální nástroje (instituce, strategické plánování, programování, řízení rozvoje),
- věcné a jiné nefinanční nástroje (poradenství, propagace).

Nástroje finanční:

- neinvestiční a investiční pobídky (dotace, granty, úvěry, záruky),
- daňová zvýhodnění (daňové prázdny, slevy na daních),
- rozpočtová zvýhodnění (dotace).

Administrativní nástroje tvoří základní rámec pro fungování odvětví cestovního ruchu. Jsou to tedy zákony, které upravují fungování ekonomického systému a které působí na schopnost jednotlivých subjektů v odvětví podnikat.

3.5 Nositelé politiky cestovního ruchu

Obecně můžeme říct, že nositelé cestovního ruchu můžeme u nás rozdělit na dvě skupiny, a to veřejnoprávní instituce a zájmové skupiny. Veřejnoprávní instituce jsou v procesu rozhodování považovány za subjekty, které jsou v politice cestovního ruchu nositeli rozhodování. Zájmové skupiny jsou naproti tomu subjekty, kteří se snaží ovlivňovat tato rozhodnutí.

Veřejnoprávní instituce lze z územního hlediska členit na (GaREP, spol. s r.o., 2009, s. 175):

- mezinárodní instituce (EU, WTTC, WTO, OECD),
- instituce na národní úrovni (MMR, Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism),
- instituce na regionální úrovni (kraje, regionální organizace cestovního ruchu),

- instituce na lokální úrovni (obce, sdružení obcí).

Z hlediska rozvoje cestovního ruchu je velice důležitá spolupráce mezi všemi nositeli CR. Ovšem často se setkáváme s nedostatečnou spoluprací mezi jednotlivými úrovněmi. Rovněž zapojení zájmových skupin je na velice slabé úrovni. Nedostatečná kooperace a slabé zapojení zájmových skupin do rozhodovacího procesu jsou jedním z největších problémů rozvoje cestovního ruchu.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

4 PŘEDPOKLADY ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU VE MĚSTĚ PARDUBICE

Pardubice jsou vnímány především jako průmyslové město s významnými závody, rozsáhlými sídlišti a poměrně atraktivním historickým městským centrem. S názvem města mají návštěvníci nejčastěji spojené pojmy jako jezdeckví, perník, chemický průmysl, motosport a jiné sporty. V současné době Pardubice nejsou příliš vyhledávanou lokalitou pro výlet či pobyt. Účelem práce je navrhnout strategii na zatraktivnění města pro potencionální návštěvníky.

4.1 Lokalizační předpoklady

Shrneme-li vymezení lokalizačních předpokladů podle kapitoly 2.3, můžeme pod tímto označením rozumět faktory ovlivňující využití dané oblasti jak z pohledu přírodních možností, tak z pohledu historických, kulturních a společenských atraktivit. Lokalizační předpoklady hrají roli ve fázi rozhodování o výběru místa návštěvy nebo pobytu.

4.1.1 Přírodní předpoklady

Město Pardubice se nachází v severovýchodní části Pardubického kraje. Pardubice leží na soutoku dvou řek, Chrudimky a Labe a svou polohou jsou součástí turistického regionu Východní Čechy. Pardubice mají rozlohu téměř 72 km².

Pardubice leží v Polabské nížině v nadmořské výšce 215 až 237 metrů nad mořem. Rovinatý charakter Polabské nížiny vytváří vhodné podmínky pro nenáročnou cykloturistiku, hippoturistku, rodinou či seniorskou turistiku. Vizuální dominantou této části Polabí je Kunětická hora, která výrazně vystupuje z okolní krajiny. Díky snadné dostupnosti patří Kunětická hora k atraktivním cílům nejen pro cyklisty. Vhodné podmínky pro cykloturistiku jsou i v okolí Opatovického kanálu, podél něhož vedou tři cyklotrasy.

Mezi přírodní zajímavosti v bezprostředním okolí Pardubic patří přírodní památka Nemošická stráž, kde předmětem ochrany je terasa dolního toku Chrudimky porostlá dubohabřinou. Území je rovněž významným paleontologickým zoologickým a botanickým nalezištěm. V širším okolí Pardubic se nachází národní přírodní rezervace Bohdanečské rybníky a rybník Matka. Rezervace vznikla pro účel ochrany rybníčních společenstev a rákosin se vzácnou flórou a faunou.

Přímo v Pardubicích se nenacházejí přírodní vodní plochy pro širší využití pro cestovní ruch. Na Labi je provozována výletní loď Arnošt, ale rekreační potenciál řeky není plně využit. Z přírodních koupališť v okolí Pardubic stojí za zmínku písničky u Mělic, které každoročně přilákají tisíce obyvatel z Pardubic i okolí. (Statutární město Pardubice, 2005; Statutární město Pardubice, 2009)

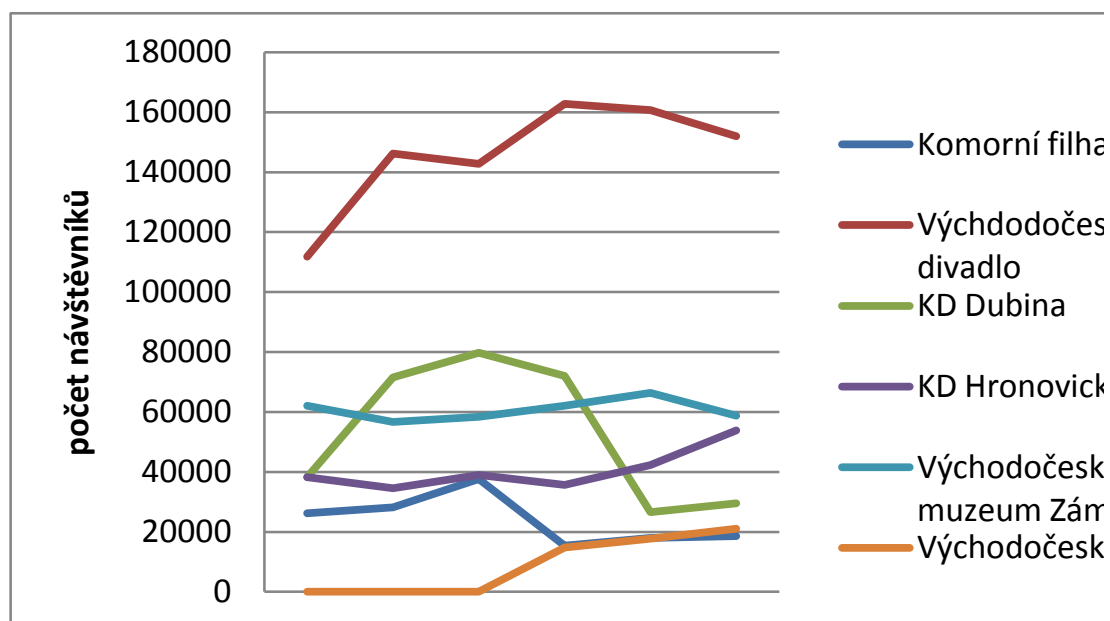
4.1.2 Kulturně historické předpoklady

Pardubice jsou významným kulturním střediskem Pardubického kraje. Ve městě se nachází poměrně velké množství kulturních zařízení regionálního i celostátního významu. Mezi nejvýznamnější instituce patří Východočeské divadlo, Komorní filharmonie, Východočeská galerie a Východočeské muzeum se sídlem v pardubickém zámku.

K dalším kulturním zařízením v Pardubicích patří například základní umělecké školy, folklórní, divadelní a pěvecké sbory, hudební kapely a orchestry nebo Evropský spolkový dům.

Každoročně se v Pardubicích koná celá řada pravidelných kulturních a společenských akcí různého významu, za zmínku stojí Pardubické hudební jako, Mezinárodní folklórní festival, festival pěveckých sborů, Městské slavnosti, Zámecké slavnosti, Aviatická pouť a další. Historická část Pardubic má statut městské památkové rezervace. Mezi hlavní atraktivity Pardubic patří zámek, Pernštýnské náměstí, Dům U Jonáše, Pardubická radnice, Zelená brána, kostel sv. Bartoloměje a kostel Zvěstování Panny Marie a některé stavby vytvořené ve 20. století. (Informace o městě, 2010)

Trend v návštěvnosti nejvýznamnějších kulturních zařízení v Pardubicích zobrazuje graf číslo 1.



Graf 1: Návštěvnost u vybraných kulturních zařízení (v osobách/rok). (Statutární město Pardubice, 2009)

Jednoznačně největší počet návštěvníků zaznamenalo Východočeské divadlo. V roce 2007 ho navštívilo téměř 163 tisíc návštěvníků. Poměrně vysokou návštěvnost si udržoval i Kulturní dům Dubina, ovšem v posledních dvou sledovaných letech poklesl zájem návštěvníků téměř o 50 %. Naopak kulturní dům Hronovická, kde se pořádají převážně hudební a divadelní představení, si své návštěvníky dokázal udržet a v posledním sledovaném roce návštěvnost překročila 50 tisíc. Poměrně ustálený trend v počtu návštěvníků zaznamenalo i Východočeské muzeum a pardubický zámek, které v průměru navštívilo 60 tisíc návštěvníků. Údaje o návštěvnosti Východočeské galerie jsou k dispozici až od roku 2007, galerii od té doby navštívilo téměř 54 tisíc zájemců o umění.

Návštěvnost jednotlivých atraktivit a kulturních zařízení neodpovídá jejich významu. Velmi nízká propagace ze stran pořadatelů tak brání přilákání návštěvníků z celé České republiky nebo ze zahraničí.

Pardubice jsou městem s významnou sportovní historií a tradicí. V průběhu roku se v Pardubicích koná několik významných tradičních sportovních akcí. Mezi nejvýznamnější patří Velká Pardubická Steeplechase, Zlatá přilba, Pardubická juniorka a Aviatická pouť, návštěvnost těchto akcí je uvedena v tabulce.

Tabulka 1: Návštěvnost vybraných sportovních akcí v letech 2006 – 2010, (v tisících). (Statutární město Pardubice, 2009)

Událost	2006	2007	2008	2009	2010
Zlatá přilba	18 000	17 500	20 400	19 000	21 100
Velká pardubická	19 580	37 000	33 000	35 000	45 000
Pardubická juniorka	1 800	1 850	1 780	1 800	1 990
Aviatická pouť	14 800	12 500	18 000	24 800	38 250

Stoupající trend v návštěvnosti zaznamenal dostihový závod Velká Pardubická. V roce 2010, kdy probíhal 120. ročník závodu, si na závodišť našlo cestu přibližně 45 tis. lidí. Taktéž Aviatická pouť se těší velkému počtu návštěvníků. Tento podnik je výrazně ovlivněn aktuálním počasím během víkendového programu. Větší zájem návštěvníků v letech 2009 a 2010 mohou mít svůj původ v propracovanější propagaci, která v regionu proběhla, jakož i bohatému doprovodnému programu. Přibližně 20 tis. návštěvníků tradičně přijíždí na Zlatou přilbu.

Kromě těchto sportovních akcí se v Pardubicích koná i řada dalších kulturních a společenských událostí. Jejich seznam uvádí následující tabulka.

Tabulka 2: Pravidelně pořádané kulturní a sportovní akce v Pardubicích (Statutární město Pardubice, 2011)

Název akce	Místo konání	Měsíc konání
GRAND Festival smíchů	Východočeské divadlo	únor/březen
Jeden svět	Divadlo 29	březen
O perníkovou pantofli	Dům kultury Dukla	duben
Pardubický vinařský půlmaratón	ulice města	duben
Pardubická arabeska	ABC klub	duben
Pardubická devítka	ulice města	duben
Křivkův memoriál	střed města	duben

Pardubické hudební jaro	Dům hudby, kostel sv. Bartoloměje, AFI Palace	duben/květen
Bum bum Pardubice bum	ČEZ Aréna	květen
Národní abilympiáda	ČEZ Aréna	květen
Komorní filharmonie ještě komorněji	Pardubický zámek	květen
Folklórní festival Pardubice – Hradec Králové	Pernštýnské náměstí, Pardubický zámek	červen
Pernštýnská noc	Pernštýnské náměstí, Pardubický zámek	červen
Dětský super den	Dostihové závodiště Pardubice	červen
Aviatická pouť	Letiště Pardubice	červen
International Festival Jazz Dance Open 2012	Východočeské divadlo Pardubice	červen
IFAS – mezinárodní festival akademických sborů	Aula Arnošta z Pardubic Univerzity Pardubice	červenec
Czech Open	Ideon, ČEZ Aréna	červenec
Pardubická juniorka	Tenisové kurty pod zámekem	srpen
Pardubický festival vína	Pardubický zámek	srpen
Pardubická vinařská noc	Pernštýnské náměstí	srpen
Koně v akci	Dostihové závodiště Pardubice	září
Pardubické dožínky	Pardubický zámek	září
Velká pardubická steeplechase	Dostihové závodiště Pardubice	říjen
Zlatá přilba	Plochodrážní stadion Svítkov	říjen
O perníkové srdce	ABC Klub	listopad
Adventní trhy	Pernštýnské náměstí	prosinec
Vánoce s Komorní filharmonií	Dům hudby	prosinec

V důsledku nedostatečné koordinace pořadatelů nedosahuje většina akcí svého maximálního možného využití. Například v průběhu hlavní turistické sezony – červenec, srpen, se v Pardubicích pořádá minimum významnějších akcí, které by přilákaly návštěvníky. Výjimkou jsou snad jen akce šachového turnaje Czech Open a Festival vín. Lepší spolupráce mezi pořadateli by mohla vést k prodloužení pobytu návštěvníků ve městě, jelikož většina návštěvníků přijíždí pouze na konkrétní událost bez nároků na přenocování. Jejich průměrná délka pobytu je 1-2 dny. Souvisí to jednak s nízkou informovaností návštěvníků a rovněž s omezenou kapacitou ubytovacích zařízení v době pořádání např. Velké pardubické a Zlaté přílby, ale také s chybějící nabídkou navazujících kulturních a společenských akcí, které by mohly probíhat například v centru města. V Pardubicích chybí dostatek velkých společenských akcí s mezinárodní účastí či s celostátním dopadem. (Statutární město Pardubice, 2009)

V posledních letech se v Pardubicích stále častěji pořádají vícedenní kongresové akce. Chybí ovšem významnější akce celostátního významu, která by přilákala větší počet návštěvníků. Pardubice jsou krajským i univerzitním městem, centrem významné průmyslové oblasti a nacházejí se zde výzkumná pracoviště, potenciál pro rozvoj kongresového CR Pardubice tedy mají. Rozvoji kongresové turistiky však brání nedostatečná infrastruktura a koordinace, která by umožnila rovnoměrnější využití ubytovacích kapacit v průběhu roku. Kapacita sálů vhodných pro kongresový CR znázorňuje tabulka č. 3

Tabulka 3: Vhodné sály pro konání kongresového CR v Pardubicích (Statutární město Pardubice, 2009)

Zařízení	Kapacita sálů
Univerzita Pardubice	Aula 374 míst, kongresový sál 200 míst, posluchárny H1 300 míst a H2 153 míst, další vhodné posluchárny: A2 – 158, A10 – 80, A5 – 35, C2 - 99 a C3 – 55, DFJP 1 310 míst
Dům techniky	sál 220 míst, velká zasedací místnost 64, malá 28 míst
Kongresové centrum	300 míst
DK Dukla	380 – 500 míst
Dům hudby	429 míst
Ideon – výstavní pavilon	hlavní sál 1 000, galerie 500 míst
Hotel Labe	kongresový sál 130, salonky pro 50 a 30 míst

Přírodních atraktivit v okolí Pardubic je omezené množství a mají spíše lokální význam. Příznivý rovinatý terén vytváří vhodné podmínky např. pro cykloturistiku a hipoturistiku. Největší množství návštěvníků do Pardubic lákají pravidelně konané kulturní a sportovní události. Formy cestovního ruchu, pro které jsou v Pardubicích nejpříznivější podmínky, jsou městský a kongresový cestovní ruch.

4.2 Realizační předpoklady

Význam realizačních předpokladů se projevuje ve fázi uskutečňování návštěvy nebo pobytu. Umožňují přesun do dané lokality (doprava) a vlastní pobyt (ubytovací, stravovací zařízení), případně využití dalších služeb.

Doprava

Pardubice jsou důležitým silničním uzlem. Dopravní dostupnost Pardubic z pohledu silniční dopravy se zlepšila po dokončení komunikace D11. Pardubice jsou napojené na vyšší do-

pravní síť, kterou tvoří komunikace D 11: Praha – Hradec králové a rychlostní silnice R 35: Hradec Králové (D11) – Vysoké Mýto – Olomouc. Obě komunikace přispívají k lepší dostupnosti Pardubic a to i přes to, že ani jedna Pardubicemi přímo neprochází. Regionální význam má komunikace I/37. Tato komunikace spojuje aglomerace Chrudim – Pardubice – Hradec Králové a napojuje se na přímé dálniční spojení s Prahou. Nevyhovující je průtah silniční dopravy středem města. Rovněž kapacita parkovacích míst je nevyhovující, a to převážně v centru města, kde lze parkovat pouze na placených místech. (Statutární město Pardubice, 2005)

Na velmi dobré úrovni je v Pardubicích městská hromadná doprava, kterou tvoří 28 pravidelných linek. Jak trolejbusy, tak autobusy, zajišťují dopravní obslužnost i v okrajových částech katastru města, a některé linky zajišťují dopravu i do míst mimo katastrální území města například do obcí Lázně Bohdaneč, Rybitví, Mikulčice, Tuněchody a dalších. Dopravní podnik města Pardubice a. s., který městskou hromadnou dopravu v Pardubicích zajišťuje, uvádí, že v průběhu roku najedou řidiči dohromady přes 5 mil. kilometrů a přepraví přibližně 30 mil. osob. Dostupnost místních atraktivit městskou hromadnou dopravou je na vysoké úrovni. (Statutární město Pardubice, 2009)

Dostupnost Pardubic železniční dopravou je vyhovující. Využití železniční dopravy pro rozvoj cestovního ruchu není tak frekventovaný jako u dopravy silniční, ale může zde být potenciál příjezdu větších organizovaných skupin. Železniční stanice Pardubice má celostátní význam. Leží současně na dvou mezinárodních koridorech:

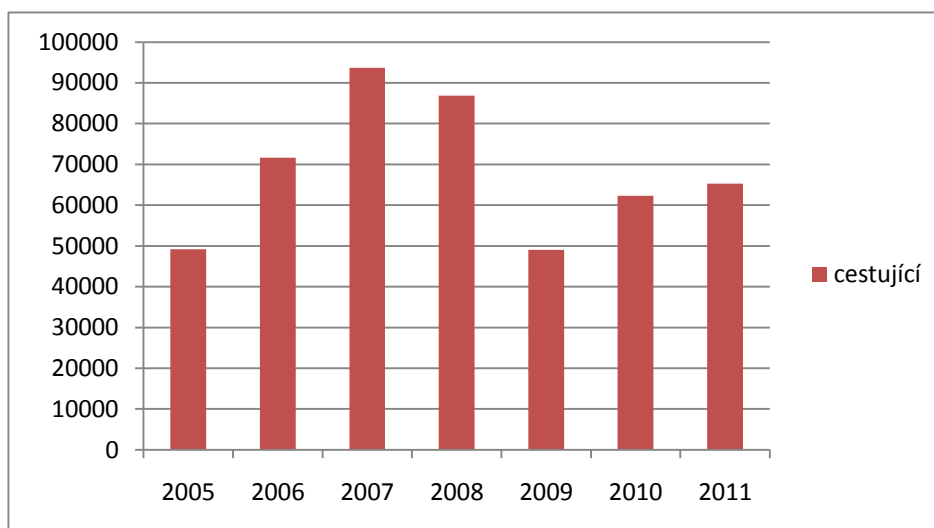
- Německo – Děčín – Praha – Pardubice – Brno – Rakousko, Slovensko
- Německo – Cheb – Plzeň – Praha – Pardubice – Ostrava – Polsko, Slovensko

Z českých měst mají Pardubice přímé železniční spojení s Prahou, Dečínem, Chebem, Plzní, Libercem, Hradcem Králové, Brnem, Přerovem, Olomoucí a Ostravou.

Do zahraničních měst mají Pardubice přímé železniční napojení na Varšavu, Moskvu, Košice, Žilinu, Vídeň a Hamburg. (Statutární město Pardubice, 2009)

V Pardubicích je v provozu mezinárodní letiště se smíšeným vojenským a civilním provozem. Letiště se nachází zhruba 4 km od centra města a 2 km od nádraží a leží přímo u silnice Praha – Pardubice. Napojení na silniční i železniční síť je vyhovující. Pravidelné linky létají do Moskvy a Petrohradu, charterové lety nejčastěji míří do destinací Bulharsko, Řec-

ko, Turecko, Egypt. V provozu jsou dva terminály, které oddělují cestující v rámci schengenského a neschengenského prostoru. Počet přepravených cestujících vykazoval každoroční nárůst až do roku 2007, v současné době počet přepravených cestujících opět vykazuje rostoucí charakter. (Letiště Pardubice, 2010) Vývoj ilustruje následující graf.



Graf 2: Vývoj počtu přepravených osob (Výkony, 2012)

Nenaplněný potenciál mají Pardubice v oblasti vodní dopravy. Záměrem je vybudování multimodálního logistického centra, jehož součástí bude přístav v Pardubicích. Aktivně fungující přístav by mohl být atraktivním místem pro pořádání výletů, rovněž by bylo možné využít rostoucího zájmu o plavby na luxusních lodích. V současné době je na Labi provozována výletní a restaurační loď Arnošt z Pardubic. (Arnošt z Pardubic, 2012)

Terénní podmínky ve městě i v jeho okolí jsou velmi příznivé pro nenáročnou cykloturistiku. Pro zájemce o cyklistiku je v Pardubicích vybudováno cca 45 km cyklostezek. V provozu je rovněž šest cyklotras, které vedou podél nejvýznamnějších atraktivit Pardubického kraje. Většímu rozvoji cykloturistiky brání nedostačující doprovodná infrastruktura v podobě servisů kol a půjčoven. (Statutární město Pardubice, 2005)

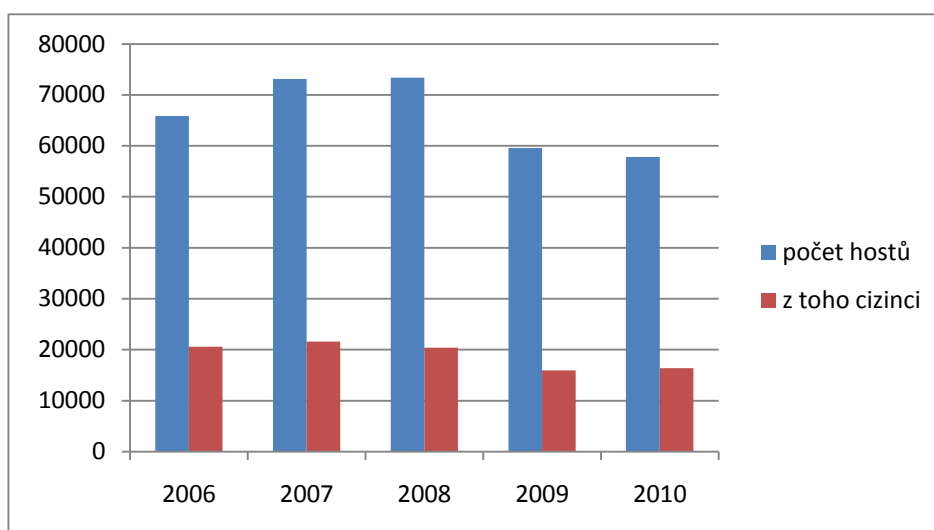
Ubytování

Pro návštěvníky Pardubic je k dispozici cca 1 750 lůžek, z čehož 823 tvoří kapacita hotelových lůžek, 217 je celková kapacita lůžek v penzionech a 705 lůžek je k dispozici v ubytovnách. V letních měsících ubytovací kapacita narůstá až na 2 500 lůžek. Dále je možné využít možnosti ubytování v kempu s celkovou kapacitou 200 míst. (Statutární město Pardubice, 2009)

Počet míst v HUZ je ve vazbě k stávající návštěvnosti Pardubic dostačující. Ubytovací kapacity jsou ovšem nedostačující v době konání významných akcí, které lákají velké množství návštěvníků z České republiky i zahraničí. Podobná situace nastává i v době konání konferencí, symposií, výstav apod., kdy návštěvníci musí často využívat ubytovací zařízení mimo město Pardubice.

Kvalita ubytovacích služeb rovněž neodpovídá trendům ve vývoji na trhu cestovního ruchu. Ve městě chybí ubytovací zařízení kombinující dostatek kvalitních lůžek, kapacitu pro kongresy a jiné akce s navazujícími službami. Současný stav ubytovacích zařízení není schopen uspokojit potřeby stále náročnějších potencionálních zákazníků.

Přehled počtu návštěvníků v ubytovacích zařízeních ve městě Pardubice ukazuje následující graf.



Graf 3: Vývoj počtu hostů ubytovaných v Pardubicích v letech 2006 – 2010 (ČSÚ, 2012)

Největší počet hostů využilo ubytovacích kapacit Pardubic v roce 2007 a 2008, od té doby je patrný klesající zájem turistů o pobyt v Pardubicích. Největší počet cizinců se v ubytovacích zařízeních registroval v roce 2007 a to cca 21 tisíc. Naopak nejmenší počet cizinců, pouhých cca 15 tis., se v Pardubicích ubytovalo v roce 2009.

Zahraniční návštěvníci pocházejí nejčastěji z Německa, Slovenska a Polska, jsou zde však zastoupeni také Francouzi, Rusové, Nizozemci, Britové a Italové. (Statutární město Pardubice, 2009)

Delší průměrnou dobou přenocování se vyznačují zahraniční návštěvníci oproti návštěvníkům tuzemským. Návštěvníci ze zahraničí v průměru v Pardubicích tráví až 3 noci, kdežto tuzemský návštěvník využívá hromadná ubytovací zařízení zhruba na noci dvě. Průměr přenocování v Pardubickém kraji byl k 1. 1. 2010 tři noci. Tabulka znázorňuje průměrnou dobu přenocování u tuzemských a zahraničních návštěvníků.

Tabulka 4: Průměrná doba přenocování u tuzemských a zahraničních návštěvníků v Pardubicích (ČSÚ, 2012)

Návštěvník	Rok				
	2006	2007	2008	2009	2010
Tuzemský	3,2	2,7	2,5	2,3	2,4
Cizinec	4,6	4,1	3,4	3,0	3,0

Do charakteristiky návštěvnosti jsou zahrnuta pouze data shromážděna hromadnými ubytovacími zařízeními, která si vedou evidenci. Především u tuzemských návštěvníků je počet návštěv pravděpodobně vyšší, protože zde nejsou zahrnuty údaje o využití přenocování u příbuzných a známých, jelikož neexistuje způsob jak taková data objektivně získat.

Restaurace

Ve městě Pardubice je v provozu více než 50 restaurací, barů, pivnic, vináren a dalších podniků, které nabízejí stravování a občerstvení. Gastronomická nabídka odpovídá potřebám města i návštěvníků. Je možno navštívit jak podniky s českou kuchyní, tak i podniky nabízející kuchyně světové. Potenciál pro přilákání většího počtu návštěvníků má Pardubický pivovar, který by formou exkurzí a doprovodného programu mohl napomoci k prodloužení průměrné délky pobytu, například v průběhu velkých akcí. (Statutární město Pardubice, 2009)

Městské informační středisko

Regionální informační centrum Pardubice je v provozu od 1. 10. 2003. Hlavní činností informačního centra je poskytovat všeobecné informace o městě a okolí nejen potencionálním návštěvníkům. Neméně důležitým úkolem je probudit v turistech zájem o návštěvu turistických atraktivit v Pardubicích. Regionální informační centrum Pardubice se stará o propagaci

nejen města, ale i celého regionu. Na svých internetových stránkách mimo jiné uvádí seznam ubytovacích a stravovacích zařízení s okamžitou možností rezervace, rovněž uvádí bližší informace o chytaných kulturních a sportovních akcích s možností nákupu vstupenek na tyto akce a celou řadu dalších informací. Kromě poskytování informací, plní informační centrum rovněž úlohu prostředníka při spolupráci veřejného, neziskového a podnikatelského sektoru při sběru dat z oblasti cestovního ruchu. (Dokonalý přehled o Pardubicích, 2011)

Cestovní agentury a kanceláře

V Pardubicích je celá řada cestovních kanceláří a agentur, žádná však nenabízí ucelený zájezd do města Pardubice. Služby pro turisty nabízí například cestovní kancelář ČEDOK, která poskytuje průvodcovské služby po městě, kromě češtiny i v angličtině a němčině. Pro zájemce jsou připraveny tři vycházkové okruhy, z nichž nejžádanější je Stezka Viléma z Pernštejna, která vede historickým jádrem města a v okolí zámku, jak znázorňuje obrázek.



Obrázek 1: Stezka Viléma z Pernštejna (Informace o městě, 2011)

Služby pro cyklisty

Díky své poloze mají Pardubice příznivé podmínky pro rozvoj cykloturistiky. Doprovodná infrastruktura pro cyklisty je mizivá téměř žádná. V Pardubicích je nedostatek specializovaný míst, kde cyklista může žádat o opravu kola, půjčení pumpičky na kolo, zakoupení mapy či požádat o první pomoc v případě úrazu. V Pardubicích neexistuje žádná služba podob-

ného typu, která by byla využitelné o víkendů. Také chybí půjčovna kol a jejich úschovna. (Statutární město Pardubice, 2009)

Informační a navigační systém

V Pardubicích existuje navigační systém, který je tvořený směrovkami s nápisy a piktogramy, jehož účel využívají převážně pěší. Směrovek je nedostatečné množství, jsou nepřehledné a nejsou vhodně rozmístěny, proto je systém nevyhovující. Také piktogramy na směrůvkách nejsou natolik výstižné, aby dokázaly nahradit cizojazyčné směrovky. (Statutární město Pardubice, 2009)

Hipoturistika

Typickým znakem Pardubic je kůň. V okolí Pardubic je přibližně 600 km značených hiposteze. Například doplnění doprovodného programu o vyjížďky na koních v termínu konání Velké pardubické, by prohloubilo větší zájem veřejnosti o tuto formu cestovního ruchu, za kterým by se do Pardubic v budoucnu vraceli. (Statutární město Pardubice, 2005)

Úroveň materiálně technické základny z hlediska kvantity a kvality není pro rozvoj cestovního ruchu v Pardubicích dostatečná a neodpovídá rostoucím nárokům ze strany návštěvníků. Dopravní dostupnost Pardubic se zlepšila v roce 2009, kdy město získalo napojení na dálniční síť. Úroveň poskytovaných služeb v oblasti cestovního ruchu v Pardubicích spíše rozvoji cestovního ruchu ve městě brání.

4.3 SWOT analýza

Název analýzy vychází z počátečních písmen anglických slov Strengths (silné stránky), Weaknesses (slabé stránky), Opportunities (příležitosti) a Threats (hrozby). SWOT analýza je účelný nástroj pro přehlednou identifikaci skutečného stavu a potřeb změn pro přeměnu slabých stránek na silné, slouží také k vyloučení rizik ve zkoumaném prostředí.

SWOT analýza je analýzou vnitřního (silné a slabé stránky) a vnějšího prostředí (příležitosti a hrozby). Analýzou vnitřního prostředí zjistíme aktuální stav zkoumaného prostředí, pro účely CR jde převážně o polohu, dopravní dostupnost, kvalitu a kapacitu HUZ, kulturní památky apod. Analýzou vnějšího prostředí zjistíme aktuální situaci v okolí zkoumaného prostředí. (SWOT analýza, 2008; SWOT analýza odhalí pravdivou tvář vaší firmy a pomůže vám nahlédnout do budoucnosti, 2011)

Na základě vymezení předpokladů rozvoje cestovního ruchu ve městě Pardubice nyní můžeme určit silné a slabé stránky pro rozvoj CR, jakož i příležitosti a hrozby. Stručná SWOT analýza je uvedena v následující tabulce.

Tabulka 5: SWOT analýza předpokladů CR ve městě Pardubice (autor, 2012)

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> ▪ výhodná geografická poloha ▪ vhodná krajina pro hippoturistiku a cykloturistiku ▪ zajímavá historie města, městská památková rezervace, architektonicky zajímavý zámek a opevnění ▪ významné sportovní akce ▪ napojení na dálniční síť ▪ tradice v oblasti jezdeckví a letectví ▪ výletní loď Arnošt z Pardubic ▪ mezinárodní železniční uzel ▪ mezinárodní letiště ▪ dostupnost i okrajových částí města městskou hromadnou dopravou ▪ univerzitní město 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ turisticky neatraktivní krajina ▪ nevyužití tradičních sportovních akcí pro CR ▪ nedostatek akcí kongresového typu ▪ malá kapacita parkovacích míst v době pořádání velkých akcí ▪ nedostatečná kapacita HUZ v době konání velkých akcí ▪ nevyhovující infrastruktura pro rozvoj kongresového CR ▪ malá koordinace pořadatelů velkých akcí a chybějící doprovodný program ▪ nedostatek služeb pro cyklisty ▪ celkově krátká doba návštěvnosti města

Příležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none">▪ vybudování požadované infrastruktury pro cyklisty▪ rozvoj nabídek pro turisty (prodloužené víkendy aj.)▪ využití finanční prostředků z fondů EU▪ vyšší zájem o dovolenou v tuzemsku▪ zvýšení počtu doprovodných programů během velkých akcí▪ zvýšení kvality vzdělávání v oblasti CR	<ul style="list-style-type: none">▪ vysoká konkurence na trhu CR▪ nízká kvalita poskytovaných služeb▪ neochota organizátorů velkých akcí ke vzájemné spolupráci▪ nedostatek finanční podpory a permanentní zdražování▪ nevole příjezdu zahraničních turistů v důsledku růstu měnového kurzu koruny vůči zahraničním měnám

5 KLASTR CESTOVNÍHO RUCHU NA PARDUBICKU

Celkový zájem turistů o návštěvu města Pardubice je nízký. Průměrný návštěvník stráví v Pardubicích zhruba jeden až dva dny. Během této poměrně krátké doby řada návštěvníků využívá minimum doprovodných služeb. Kapacita a kvalita ubytovacích služeb není dostačující, zejména pro účely pořádání kongresového CR. Také propagace a koordinace jednotlivých akcí není na úrovni. Téměř neexistují ucelené produkty cestovního ruchu, které by přilákaly větší počet návštěvníků. Intenzivnější spolupráce mezi městem, cestovními kancelářemi a agenturami, informačním centrem, organizátory nejnavštěvovanějších akcí a poskytovateli ubytovacích a jiných doprovodných služeb by mohla zvýšit zájem o návštěvnost města. Z toho důvodu by bylo vhodné vytvořit klastr na podporu cestovního ruchu, který by tuto spolupráci zprostředkoval. (Průvodce klastrem, 2007)

Na základě výše uvedených údajů je zřejmé, že v oblasti cestovního ruchu nedosahuje Pardubický kraj ani samotné město Pardubice svého potenciálu. Možností jak podpořit rozvoj cestovního ruchu je založení klastru, který by sdružoval různé podniky a organizace v oblasti cestovního ruchu. Cílem subjektů tvořící klastr na podporu cestovního ruchu je ve spolupráci s Pardubickým krajem posílit turistický potenciál kraje a zvýšit jeho návštěvnost.

Podle definice OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development) je klastr definován jako: „Klastry jsou sítě vzájemně závislých firem, institucí produkujících znalosti, přemostujících institucí a zákazníků propojených do výrobního řetězce, který vytváří přidanou hodnotu. Koncept klastrů jde dále než síťová spolupráce firem (networking), jelikož postihuje veškeré formy sdílení a výměny znalostí ... a také jde dále než tradiční sektorová analýza.“ (Průvodce klastrem, 2007, s. 2)

Členové klastru si navzájem konkurují, ale současně i spolupracují, a to například v oblasti vzdělávání zaměstnanců, inovace technologií či spolupráce s výzkumnými a vývojovými kapacitami. Výsledkem spolupráce v těchto oblastech mohou některá svá omezení překonat a získat konkurenční výhodu. Klastr je tedy všestranně výhodné partnerství firem, vysokých škol a regionálních institucí, z které pro všechny členské subjekty vyplývá řada přínosů.

Spolupráce v klastru může mít pro zainteresované subjekty následující benefity:

- lepší ekonomické výsledky společností,
- větší počet inovací,
- větší export,

- přilákání atraktivních investic,
- podpora výzkumu,
- podpora regionálního rozvoje.

Potencionálními členy Pardubického klastru na podporu cestovního ruchu by mohly být vysoké a střední školy, hotely a jiná ubytovací zařízení, restaurace, městské informační centrum, magistrát města Pardubice, Statutární město Pardubice, muzea, sportovní areály a další subjekty poskytující služby či vyrábějící produkty realizované alespoň z části díky přijíždějícím návštěvníkům a jiné fyzické či právnické osoby podnikajících na území Pardubického kraje, které podporují možnost rozvoje cestovního ruchu v území. (Pardubicko, 2008)

5.1 Návrh klastru na Pardubicku

5.1.1 Návrh stanov klastru

KLASTR-CR (dále jen „sdružení“) je sdružení založené na základě zákona č. 83/1990 Sb., o sdružování občanů. KLASTR-CR o. s. je sdružení fyzických a právnických osob činných v cestovním ruchu, obcí a měst jakož i dalších subjektů, které si uvědomují potřebu rozvoje cestovního ruchu na Pardubicku.

Sdružení má název KLASTR-CR o. s. se sídlem v Pardubicích.

KLASTR-CR o. s. sdružuje fyzické a právnické osoby, které mají zájem podporovat a koordinovat rozvoj cestovního ruchu na Pardubicku.

Sdružení je neziskového charakteru a veškeré příjmy bude využívat výhradně k naplňování cílů Sdružení.

Hlavním cílem Sdružení je:

- vytvoření konkurenceschopného turistického regionu
- koordinace aktivit v oblasti cestovního ruchu
- spolupráce s veřejným sektorem
- spolupráce subjektů v cestovním ruchu

Dílčí cíle:

- zlepšení komunikace subjektů působících v cestovním ruchu s vysokými a středními školami
- společná propagace území a produktů cestovního ruchu, optimalizace internetové propagace
- společný lobbying u subjektů veřejné správy
- poradenství, vzdělávání a zvyšování kvalifikace v oblasti cestovního ruchu
- zajištění zpětné vazby od zákazníků
- získávání veřejných finančních podpor a sponzorských darů k financování cílů Sdružení

Členství v KLASTR-CR o. s.

Členství je dobrovolné. Členy Sdružení mohou být právnické a fyzické osoby, jejichž činnost je v souladu s cíli KLASTR-CR o. s., a které mají bydliště či místo podnikání na území České republiky. Žádost o členství musí být podána písemně a o jejím schválení rozhodne valná hromada. Členství vzniká dnem rozhodnutí o přijetí nového člena.

Členství zaniká vystoupením, zánikem člena, úmrtím, nezaplacením členského poplatku, vyloučením. Členství dále zaniká zrušením člena bez právního nástupce, prohlášením konkursu, dnem právní moci rozhodnutí o prohlášení úpadku. O vyloučení člena rozhoduje valná hromada.

Práva a povinnosti členů

Členové mají právo být voleni do rady, podávat návrhy týkající se činnosti Sdružení, účastnit se jednání valné hromady a podílet se na hlasování, vyjadřovat se k připravovaným akcím jakož i účast na nich.

Členové jsou povinni dodržovat stanovy, podporovat cíle Sdružení, platit členské příspěvky viz tabulka číslo 6.

Tabulka 6: Výše členských příspěvků v KLASTR-CR o. s., v Kč. (KLACR, 2010)

	Kategorie	Registrace	Kč/rok
Fyzická osoba		1000	3000
Právnícká osoba	OSVČ a zaměstnavatel do 5 zaměstnanců	5000	
	Zaměstnavatel do 50 zaměstnanců	10 000	
	Zaměstnavatel nad 50 zaměstnanců	20 000	
Vzdělávací instituce		10 000	
Města a obce	Obce	5 000	
	Města do 50 000 obyvatel	10 000	
	Města nad 50 000 obyvatel	20 000	
Regionální sdružení		20 000	

Orgány Sdružení

Orgány Sdružení jsou valná hromada, rada a prezident.

Valná hromada je nejvyšším orgánem, jednání valné hromady řídí prezident nebo radou pověřený člen. Valná hromada dále schvaluje rozpočet, roční účetní závěrku a výroční zprávu. Schvaluje stanovy Sdružení a jejich změny, rozhoduje o přijetí nových členů, o vyloučení člena a o zániku Sdružení.

Valnou hromadu svolává rada a to písemnou formou neméně dvakrát ročně. Valná hromada rozhoduje hlasováním a je usnášeníschopná při účasti nadpoloviční většiny členů.

Rada je nejvyšším výkonným orgánem Sdružení. Členy rady volí valná hromada. Funkční období rady je dvouleté. Členství v radě zaniká odstoupením, zánikem, úmrtím nebo odvoláním člena valnou hromadou.

Rada ve své působnosti volí ze svých členů prezidenta, zajišťuje hospodaření v souladu se schváleným rozpočtem, svolává valnou hromadu, připravuje návrh rozpočtu a členských příspěvků, rozhoduje o obchodních a právních záležitostech Sdružení.

Rada je usnášeníschopná, je-li přítomna nadpoloviční většina jejích členů.

Prezident je statutárním orgánem Sdružení a je oprávněn jednat jeho jménem. Prezident řídí a koordinuje činnost a orgány Sdružení. Prezidenta volí rada na svém prvním zasedání.

Hospodaření Sdružení

KLASTR-CR o. s. používá veškerý svůj majetek pro realizaci a naplnění výše zmíněných cílů. Příjmy tvoří členské příspěvky, dotace z veřejných zdrojů, grantové podpory, příspěvky státních fondů a fondů územních samosprávných celků, dále sponzorské dary a ostatní příjmy (např. příjmy z reklam). Hospodaření Sdružení se řídí rozpočtem, který je schválený valnou hromadou. Účetní období je shodné s kalendářním rokem.

Zánik Sdružení

KLSTR-CR o. s. může zaniknout dobrovolným rozpuštěním či sloučením s jiným sdružením. O rozpuštění rozhoduje valná hromada. Návrh na rozpuštění předkládá rada.

5.1.2 Zakládající členové

Důvodem pro založení klastru je vytvoření vhodných podmínek pro vzájemnou spolupráci a koordinaci mezi subjekty veřejného i privátního sektoru, což bude mít pozitivní vliv na rozvoj cestovního ruchu ve městě Pardubice. Aby se vytvořily vhodné podmínky pro rozvoj CR, je nutná větší spolupráce mezi aktéry cestovního ruchu. Hovoříme o spolupráci při vytváření společných produktů pro turisty, spolupráci při pořádání kulturně-společenských a sportovních akcí, společné propagaci a vzájemné spolupráci apod.

Hlavním aktérem v oblasti cestovního ruchu je Statutární město Pardubice, konkrétně Odbor školství, kultury a sportu, Oddělení kultury a cestovního ruchu. Cílem oboru je koordinovat činnost v oblasti CR, kultury, školství, mládeže a tělovýchovy, sportu a památkové péče. Město je majoritním vlastníkem East Bohemian Airport a. s. a Dostihového spolku

a.s. V areálech těchto akciových společností se pravidelně konají dvě významné akce. Jedná se o Aviatickou pouť a Velkou pardubickou steeplechase. Město se aktivně podílí na organizování a propagování těchto akcí. Město dále zajišťuje spolupráci se sportovními organizacemi na spolupořádání veřejných sportovních akcí, jako je například maratón v ulicích města. Dochází také k uzavírání kontraktů o spolupráci se zahraničními partnerskými městy.

K dalším poskytovatelům služeb v oblasti CR patří Regionální informační centrum Pardubice, které provozuje příspěvková organizace Pardubice Region Tourism zřízená Statutárním městem Pardubice. Informační centrum poskytuje informace pro turisty, poskytuje propagační a informační materiály. (Dokonalý přehled o Pardubicích, 2011)

Hlavním důvodem pro vznik klastru je sloučit významné aktéry v oblasti cestovního ruchu, proto do klastru budou patřit také subjekty poskytující ubytovací služby. Mezi nejvýznamnější HUZ v Pardubicích patří Hotel Labe, Hotel Zlatá štika, Hotel Euro a Hotel 100.

V oblasti kultury jsou pro rozvoj cestovního ruchu nejvýznamnější KD Dubina, který organizuje mimo jiné i Pardubické hudební jaro, dále Východočeské divadlo, Komorní filharmonie Pardubice a dále Galerie Gong a Galerie Slunce.

Nejvýznamnějšími poskytovateli prostor, pro pořádání kongresů, veletrhů a výstav jsou výstavní a společenské centrum Ideon, Univerzita Pardubice a AFI Palace Pardubice. Tyto subjekty si v poskytování služeb navzájem konkurují a jejich potenciál není zcela využit. Vzájemnou spolupráci v klastru mohou dosáhnout většího rozvoje kongresového cestovního ruchu v Pardubicích, a tím dosáhnout i větších příjmů z této oblasti.

Dalšími členy klastru jsou:

- SOŠ Cestovního ruchu
- Labská hotelová škola a střední odborné učiliště
- Akvapark Pardubice
- Parkovací dům Centrum
- Výletní loď Arnošt z Pardubic
- Sport Centrum Svítkov

Tyto subjekty budou spolupracovat na společném vytváření příznivé image Pardubic. Spolupráce bude probíhat v oblasti vzdělávání, propagace, koordinace akcí a na vytváření produktu cestovního ruchu.

6 STRATEGIE ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU

6.1 Vize a cíle rozvoje CR

Vize rozvoje cestovního ruchu města Pardubice

V rozmezí deseti let jsou Pardubice městem plně využívajícím možností, které CR přináší. Jsou konkurenceschopné na trhu cestovního ruchu a návštěvníky lákají svou atraktivitou, čistým životním prostředím a svou pohostinností. Je rozvíjena vzájemná spolupráce mezi subjekty CR. Město je profesionálně propagováno, rozvíjí se turistická infrastruktura a služby jsou poskytovány na vysoké úrovni. Cestovní ruch přispívá k zvýšení životní úrovně obyvatel.

Strategický cíl č. 1. Rozvoj infrastruktury pro cestovní ruch

Infrastruktura využívaná turisty je v nevyhovujícím stavu. Dojde k navýšení počtu ubytovacích zařízení s vysokou kvalitou služeb vhodných pro kongresový cestovní ruch. Bude rozšířena a zkvalitněna síť cyklostezek. Naučná stezka Viléma z Pernštejna bude doplněna o interaktivní informační tabule. V rámci zvýšení zelených ploch dojde k revitalizaci Tyršových sadů v centru města i dalšímu rozšiřování zelených ploch ve městě. Dojde k rekonstrukci a údržbě zařízení pro volnočasové aktivity. Bude zaveden kvalitní informační systém.

Priorita č 1: Rozvoj kvalitních ubytovacích a restauračních zařízení

Nabídka ubytování vyhovující nárokům pro kongresový cestovní ruch, je nedostatečná. Také kapacity HUZ v době konání velkých akcí jsou nevyhovující. Z toho důvodu je nutné tuto nabídku rozšířit. Bude rozšířena také nabídka restauračních zařízení.

Opatření:

- Rozšíření nabídky ubytovacích zařízení vhodných pro kongresový CR
- Zvýšení úrovně v ubytovacích zařízeních
- Rozšíření a zvýšení úrovně restauračních zařízení

Priorita č. 2: Rozvoj infrastruktury pro cykloturistiku

Hlavní prioritou je rozšíření a zkvalitnění sítě cyklostezek. Bude rozšířena doprovodná infrastruktura využívaná cykloturisty.

Opatření:

- Vybudování nové cyklostezky a údržba cyklostezek stávajících
- Výstavba odpočíváren na cyklostezkách, dále výstavba půjčovny a úschovny kol, informačních panelů a stanice rychlé pomoci pro cyklisty.

Priorita č. 3: Rozvoj a obnova zelených ploch ve městě

Hlavní prioritou je udržovat stávající zelené plochy a zvyšovat počet nově vzniknutých zelených ploch. Město tím získá na atraktivitě a stane se přitažlivějším jak pro místní obyvatele, tak pro turisty.

Opatření:

- Revitalizace Tyršových sadů
- Výstavba zeleně na sídlištích
- Obnova městských parků

Priorita č. 4: Rozvoj volnočasové infrastruktury

Nabídka míst pro volnočasové aktivity je ve městě dostatek. Důležité je, aby nedocházelo k opotřebení vlivem špatného zacházení a špatné údržby. Dojde k rekonstrukci skateparku a opravě a údržbě stávajících sportovních ploch a zařízení.

Opatření:

- Rekonstrukce skateparku
- Oprava a údržba sportovních ploch a zařízení

Priorita č. 5: Výstavba informačního systému

Prioritou je vybudování kvalitního a jednotného turistického značení, které bude využívat výhod nových informačních technologií.

Opatření:

- Výstavba interaktivních informačních tabulí
- Zavedení jednotného informačního značení
- Při příjezdu do města po silniční komunikaci zkvalitnit značení zaměřené na kulturní památky a jiné atraktivity města

Strategický cíl č. 2: Rozvoj marketingové komunikace v oblasti cestovního ruchu

Hlavním cílem je usilovat o eliminaci image Pardubic jako znečištěného a průmyslového města, ale prohlubování image města jako atraktivní destinace. Budou vymezeny hlavní atraktivity, které mají největší potenciál k přilákání turistů. Proběhne analýza poptávky, na jejímž základě budou vytvářeny turistické produkty. V oblasti propagace budou využity asociace spojené s městem Pardubice (perník, sport, koně, Zlatá přilba, Velká pardubická atd.). Na propagaci se budou podílet všechny subjekty, které působí v oblasti CR. Bude pravidelně vycházet kalendárium kulturních a sportovních akcí. Proběhne inovace internetových informačních stránek s důrazem na kvalitní a ucelenou prezentaci města.

Priorita č. 1: Zvyšování image města

Prioritou je změnit image Pardubic jako průmyslově znečištěného města. Budou vymezeny hlavní turistické atraktivity. Proběhne analýza poptávky, na jejímž základě bude vytvořena ucelená nabídka pro turisty.

Opatření:

- Vymezení hlavních turistických atraktivit
- Analýza poptávky
- Vytvoření ucelených produktů nabízených v cestovních kancelářích
- Důsledné používání jednotného vizuálního stylu

Priorita č. 2: Zefektivnit propagaci města

Do oblasti propagace se zapojí všichni aktéři působící v oblasti cestovního ruchu. Cílem je zkvalitnění propagace se zaměřením na základní asociace, které jsou s městem Pardubice spojené.

Opatření:

- Vydávat kalendárium kulturních a sportovních akcí
- Spolupráce všech aktérů na společně prezentaci města
- Inovace internetového informačního serveru
- Zaměření propagace na cykloturistiku a hippoturistiku
- V průběhu významných akcí podávat informace o dalších atraktivitách

Strategický cíl č. 3: Rozvoj organizační struktury cestovního ruchu

Strategickým cílem je vyřešit nedostatečnou spolupráci mezi jednotlivými aktéry v oblasti cestovního ruchu. Aktéři se budou podílet na tvorbě produktů cestovního ruchu a na sběru dat důležitých pro určování trendu na trhu cestovního ruchu. Bude založena instituce slučující významné aktéry CR. Pro lepší komunikaci mezi subjekty bude vytvořen interní komunikační systém. Dojde k rozvoji spolupráce se subjekty destinačního managementu, převážně při vytváření společných projektů.

Priorita č. 1: Rozvoj spolupráce a partnerství pro cestovní ruch

Aby bylo dosaženo kvalitní a intenzivní spolupráce mezi aktéry v oblasti cestovního ruchu, bude město Pardubice iniciovat založení klastru na podporu cestovního ruchu.

Opatření:

- Založení klastru na podporu cestovního ruchu v Pardubicích
- Vytvoření společné vize pro rozvoj cestovního ruchu
- Podněcovat spolupráci mezi poskytovateli služeb a provozovateli atraktivit města
- Iniciovat zájem o společnou propagaci

- Spolupracovat při tvorbě turistických produktů
- Prohlubovat spolupráci s Univerzitou Pardubice v oblasti kongresového CR
- Podporovat činnost Střední odborné školy cestovního ruchu
- Vytvoření interního informačního systému

Priorita č. 2: Rozvoj spolupráce v rámci destinačního managementu

Dojde k rozvoji spolupráce se subjekty v oblasti destinačního managementu, a to především s Destinační společností Východní Čechy, Českou republikou a partnerskými městy Doetinchem, Merano a Pernik.

Opatření:

- Rozvíjet spolupráci na destinačním managementu s regionem Východní Čechy
- Rozvíjet spolupráci s Destinační společností Východní Čechy
- Spolupracovat na managementu v rámci České republiky
- Rozvíjet spolupráci se zahraničními partnerskými městy

Strategický cíl č. 4: Rozvoj podnikatelské činnosti a lidských zdrojů v oblasti cestovního ruchu

Pro naplnění strategického cíle bude podporován vznik nových podniků v oblasti cestovního ruchu. Budou poskytovány poradenské služby o způsobu nejlepšího využití a čerpání finančních prostředků z fondů EU. Budou pořádána školení zaměřená na zvyšování kvalifikace a odborných znalostí zaměstnanců v oblasti cestovního ruchu. Zahájení intenzivní spolupráce se SOŠ Cestovního ruchu, na vychovávání odborníků, kteří budou dále začleněni do stávajících podniků v oblasti CR.

Priorita č. 1: Zvyšování odbornosti poskytovatelů služeb v oblasti CR

Prioritou je podpořit vzdělávání a dalšího navyšování kvalifikace pro zaměstnance působících v oblasti CR. Navýšením odbornosti a znalostí zaměstnanců, vznikne konkurenční výhoda, která může být pro rozvoj CR klíčová

Opatření:

- Pořádání kurzů zaměřených na zvyšování kvalifikace zaměstnanců v oblasti cestovního ruchu
- Úzká spolupráce se SOŠ Cestovního ruchu na vzdělávání budoucích odborníků
- Rozvíjet odbornost pracovníků magistrátů, kteří se zabývají problematikou rozvoje cestovního ruchu

Priorita č. 2: Rozvoj podnikatelské činnosti

Prioritou je podpoření vzniku nových podniků a podpora podniků stávajících. Také je prioritou poskytování informací o možnostech čerpání finanční podpory z fondů EU.

Opatření:

- Poskytovat informace o možnostech čerpání z fondů EU
- Podpora podnikatelské činnosti v oblasti hippoturistiky a kongresové turistiky
- Poskytovat poradenskou činnost pro žádosti o dotace z EU

6.2 Návrh projektu - Zvyšování kvalifikace zaměstnanců v oblasti CR

V rámci výše zmíněného strategického cíle 4. bude realizován projekt se zaměřením na rozvoj lidských zdrojů.

Tento projekt bude financován z ESF v rámci Operačního programu Lidské zdroje a zaměstnanost, prioritní osa 4.1 Adaptabilita.

Hlavním cílem tohoto projektu je zvyšování adaptability zaměstnanců institucí sdružených v KLASTR-CR o. s. Projekt je zaměřený na zvyšování dovedností, kvalifikace, odborných a jazykových znalostí zaměstnanců což povede ke zvýšení konkurenceschopnosti cestovního ruchu na daném území. Komplex vzdělávacích aktivit bude zaměřen na rozvinutí manažerských dovedností vedoucích pracovníků, rozvinutí komunikačních a obchodních dovedností zaměstnanců, jazykové kurzy, zvyšování IT gramotnosti (případně práce s informačními systémy), posílení znalostí v oblasti gastronomie, reklamy a marketingu.

Doba realizace – září 2012 – prosinec 2014

Cílová skupina: Projekt je určen pro 30 zaměstnanců z členských organizací klastru v různých pracovních pozicích – vrcholný a střední management, technický personál, administrativa, propagace, personál restaurace, recepce, obchod.

Klíčové aktivity projektu:

- rozvoj manažerských dovedností (motivační semináře, kurzy, leadership, koučing, modelové situace apod.)
- rozvoj komunikačních a obchodních dovedností (konfliktní situace, vyjednávání a argumentace, asertivní chování, telefonická komunikace, psychologie zákazníka, obchodní a prezenční dovednosti, marketing, reklama)
- rozvoj IT dovedností (MS Word, MS Excel, MS Powerpoint, MS Access, MS Outlook)
- rozvoj jazykových znalostí (uzavřené kurzy jazyku AJ, NJ, konverzace, korespondence a prezentace v AJ, NJ)

Předpokládané náklady na projekt: 8 mil. Kč včetně DPH, předpokládané profinancování ve výši 80% z OP LZZ.

6.3 Projekt – Rekreační a zábavní areál Cihelna

Dotační program: Regionální operační program NUTS II Severovýchod

Prioritní osa: 3. Cestovní ruch

Oblast podpory: 3.1 Rozvoj základní infrastruktury a doprovodných aktivit v oblasti CR

Název projektu: Rekreační a zábavní areál Cihelna

Doba realizace: 1. červen 2012 – 31. prosince 2013

Tabulka 7: Dokumentace projektu podle webové žádosti Benefit 7

Zdůvodnění potřebnosti projektu včetně popisu výchozího stavu	<p>Rekreační a zábavní areál Cihelna je v současnosti vyhledávaným místem pro volnočasové aktivity především v letních měsících. Turisté i návštěvníci mohou využít následujících služeb: ubytování v autokempu nebo v chatkách, areál aquaparku (50 m dlouhý plavecký bazén, skokanský bazén s můstkem, tobogany, dětský bazén a dětské brouzdaliště, divoký kanál), hřiště na minigolf, plážový volejbal, občerstvení, restaurace.</p> <p>Důvodem projektu je zatraktivnění areálu a tím zvýšení návštěvnosti i mimo sezonu. Udržení konkurenceschopnosti areálu a zkvalitnění infrastruktury cestovního ruchu v regionu. Vyhovění vzrůstajícím nárokům ze strany turistů i návštěvníků. Zkvalitnění a výšení ubytovací kapacity jakož i zvýšení počtu parkovacích míst.</p>
Stručný popis projektu	<p>Projekt je zaměřen na zvýšení kvality poskytovaných služeb a na rozšíření infrastruktury stávajícího areálu koupaliště Cihelna. Areál patří mezi turistické atraktivity, projekt je proto dále zaměřen na zatraktivnění areálu pro turisty a návštěvníky jakož i využití areálu pro volnočasové aktivity a prodloužení turistické sezony. Předmětem realizace je rozšíření ubytovací kapacity v chatkách pro celoroční provoz a vybudování nových atraktivit – víceúčelové hřiště s umělým povrchem, hřiště na paintball a modernizace stávající nabídky – hřiště na minigolf, 2 tobogany a rozšíření parkovacích ploch.</p>
Cíle projektu	<p>Cílem projektu je obnovení a rozvoj infrastruktury areálu za účelem zvýšení počtu turistů i návštěvníků jakož i rozšíření nabídky aktivního trávení volného času v Pardubicích. Cílem je také zvýšení stávající úrovně poskytovaných služeb v areálu a tím zajištění jeho dalšího rozvoje. Posílení pozice areálu jako turistické atraktivity v regionu. Rozšíření nabídky</p>

	aktivit v areálu a přilákání většího počtu mladých lidí pro trávení volnočasových aktivit.
Soulad s cíli programu, prioritní osy a oblasti podpory	Projekt je v souladu s globálním cílem ROP Severovýchod. Realizací se zkvalitní stávající infrastruktura cestovního ruchu jak pro turisty, tak pro veřejnost. Projekt přispěje k zvýšení návštěvnosti regionu. Projekt je v souladu s cíli prioritní osy: Cestovní ruch.
Výstup projektu	Rozšíření nabídky služeb vybudováním nových atraktivit a modernizací současných atraktivit, jedná se o postavení víceúčelového hřiště s umělým povrchem, hřiště na paintball, rozšíření parkovací kapacity a modernizaci toboganu a hřiště na minigolf. Dále také zvýšení ubytovací kapacity v areálu.
Koneční uživatelé projektu	Cílovou skupinou zde jsou lidé, kteří preferují aktivní formu trávení volného času. Jde převážně o mládež, rodiny s dětmi a dospělé osoby. Areál je též přístupný pro handicapované osoby.
Místo realizace projektu (obec, okres, kraj)	Statutární město Pardubice
Dopad projektu	Projekt má regionální dopad. Jedná se o okresy Pardubice a Chrudim
Soulad s rozvojovými strategiemi	Projekt má návaznost na Strategický plán města Pardubice z roku 2007, konkrétně na oblast označenou písmenem B, která nese název Přitažlivé aktivní město. Projekt má svým způsobem návaznost i na Konceptci státní politiky cestovního ruchu v České republice pro období 2007 – 2013, kterou vypracovalo Ministerstvo pro místní rozvoj, konkrétně na prioritu 2 – Podpora budování a zkvalitňování infrastruktury a služeb CR, konkrétně opatření 2.1 Rekon-

	<p>strukce a výstavba kvalitní základní a doprovodné infrastruktury cestovního ruchu a 2.3 Zkvalitňování služeb cestovního ruchu.</p>
<p>Dopad na socioekonomický přínos</p>	<p>Přínos pro město – díky realizaci projektu dojde k rozšíření nabídky služeb cestovního ruchu. Zvýší se návštěvnost města, je zde pravděpodobnost, že turisté navštíví i jiné atraktivity.</p> <p>Přínos pro provozovatele – realizací projektu se předpokládá zvýšení návštěvnosti, tudíž i větší finanční přínos pro provozovatele. Dojde k zatraktivnění areálu.</p> <p>Obyvatelé města a okolí – dojde k rozšíření služeb a vylepšení nabídky (hřiště na paintball, víceúčelové hřiště). Předpokládá se přínos pro mládež i dospělé.</p> <p>Přínos pro podnikatelské subjekty – pro úspěšnou realizaci projektu bude potřeba využít služeb různých dodavatelů. Předpokládáný je tedy pozitivní dopad na podnikatelskou sféru. Je možné též předpokládat, že zvýšená návštěvnost se promítne i v oblasti návazných služeb na CR (ubytování, restaurace), také provozovatel bude pravděpodobně zajišťovat služby pro větší množství návštěvníků než doposud. Pro optimální chod bude tedy muset zajišťovat (nakupovat) větší množství zboží a služeb (potravin, nápoje, hygienické potřeby, sportovní vybavení, údržbu, apod.)</p> <p>Pro Pardubický kraj – v důsledku zvýšení nabídky atraktivit v oblasti CR v kraji se počítá i s jeho zvýšenou návštěvností.</p>
<p>Dopad na horizontální téma</p>	<p>Projekt podporuje udržitelný rozvoj. Projekt se promítne do všech tří rovin udržitelného rozvoje, do roviny sociální - zlepšením vybavenosti, rozvoj služeb, přínos pro zvýšení možností trávení volného času a relaxace, do roviny ekonomické - zvýšení zisku pro provozovatele a poskytovatele</p>

	návazných služeb, do roviny environmentální – použití šetrných technologií. Projekt také podporuje princip rovných příležitostí, areál je přístupný široké veřejnosti a všem sociálním skupinám.
Předpokládané celkové náklady projektu (v Kč)	22 000 000
Předpokládané způsobilé náklady projektu (v Kč)	20 000 000
Předpokládané nezpůsobilé náklady projektu (v Kč)	2 000 000
Financování projektu (v%)	85 %

Rozpočet projektu

Projekt bude financován z rozpočtu města Pardubice a z části bankovním úvěrem. Po ukončení realizace projektu bude zpětně proplaceno 85% finančních prostředků z Evropského fondu pro regionální rozvoj.

Tabulka 8: Rozpočet projektu

Název výdaje	Počet kusů	Cena za ks	Výdaj celkem	Z toho neinvestiční
Hlavní výdaje			20 000 000	500 000
Nákup služeb – proj. dokumentace (do 5% CZV z stav. projektů, u ostatních projektů do 2% CZV)	0	0,00	0,00	0,00
Nákup pozemků a staveb do 10% CZV)	0	0,00	0,00	0,00
Stavební a technologická část stavby	1	17 000 000	17 000 000	0,00
Technické zařízení	0	0,00	0,00	0,00
Základní vybavení			500 000	500 000
Vnitřní vybavení chatek	4	125 000	500 000	500 000
Dlouhodobý nehmotný majetek	0	0,00	0,00	0,00
DPH (pokud příjemce nemá nárok na odpočet DPH na vstupu)	1	2 800 000	2 800 000	0,00
Rezerva na více práce	0	0,00	0,00	0,00
Vedlejší výdaje (do 10% CZV)	0	0,00	0,00	0,00
Výdaje na dodržení pravidel publicity	0	0,00	0,00	0,00
Finanční výdaje	0	0,00	0,00	0,00
Nákup služeb	0	0,00	0,00	0,00
Propagace projektu	0	0,00	0,00	0,00
Ostatní náklady – pouze pro aktivity zabývající se tvorbou produktů CR	0	0,00	0,00	0,00
DPH (pokud příjemce nemá nárok na odpočet DPH na vstupu)	0	0,00	0,00	0,00
Způsobilé výdaje celkem			20 000 000	500 000
Z toho neinvestiční náklady	4	125 000	500 000	500 000
Nezpůsobilé výdaje	1	2 000 000	2 000 000	0,00
Celkové výdaje projektu		22 000 000	500 000	0,00

ZÁVĚR

Cestovní ruch, jako jedno z nejdynamičtěji se rozvíjejících odvětví, je významným nástrojem rozvoje regionů. Po vstupu České republiky do Evropské unie se naskytly nové příležitosti pro rozvoj tohoto odvětví, hlavně prostřednictvím podpory ze strukturálních fondů EU. Pro co nejlepší využití potenciálu cestovního ruchu byli navrženy různé koncepce a strategie na národní i regionální úrovni. Tyto dokumenty mají napomoci zvýšit úroveň nejen cestovního ruchu obecně, ale také úroveň obyvatelstva prostřednictvím vytváření nových pracovních pozic a podpory vyváženého rozvoje.

Statutární město Pardubice má také zpracovanou koncepci pro rozvoj cestovního ruchu a jiné strategické dokumenty, což je důkazem toho, že má zájem se dále v této oblasti rozvíjet. V současnosti Pardubice nejsou zrovna nejvyhledávanější destinací cestovního ruchu. Největší potenciál má město pro rozvoj městského CR, kongresového CR a zvláštních forem CR jako např. hippoturistiky. Pardubice jsou známy hlavně výrobou pardubického perníku, tradicí v oblasti jezdeckví a aviatiky. Také se zde konají významné kulturní a sportovní akce (Velká Pardubická, Zlatá přilba, Pardubické hudební jaro aj.). Významnou částí města je jeho historické jádro, které bylo prohlášeno městskou památkovou rezervací. V okolí je mnoho možností trávení volného času, což by při vhodné propagaci mohlo zvýšit zájem turistů o tuto lokalitu. Zároveň mají poměrně dobrou dopravní dostupnost, což umožňuje potencionálním návštěvníkům využít různé druhy dopravy do města.

Na druhé straně se Pardubice potýkají s několika nedostatky, a to hlavně co se týká kvality poskytovaných služeb a ubytovacích zařízení, nevyhovuje kapacita HUZ v době konání velkých akcí, nedostatečná kapacita parkovacích míst v centru města.

Zlepšení propagace atraktivit a zvýšení spolupráce jednotlivých aktérů, nejenom ve městě, může přispět k vytvoření příznivých podmínek pro další rozvoj cestovního ruchu. Jednou z možností jak toho docílit je i založení KLASTRU v oblasti cestovního ruchu, jak jsme navrhovali i v této práci. Pardubice mají předpoklad stát se dovolenkovou destinací pro domácí i zahraniční turisty, která jim poskytne kvalitní služby a příjemné trávení volného času.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] Eurovision, s r.o., 2010. *Skriptá ke vzdělávacímu programu „Region a cestovní ruch“* [online]. [cit. 2012-04-04]. Dostupný z: http://lenka.tomanova.eu/download/skoleni-a-vzdelavani/Region_a_CR.pdf.
- [2] Foret, M., Foretová, V., 2001. *Jak rozvíjet místní cestovní ruchu*. Praha: Grada. 178 s. ISBN 80-247-0207-X.
- [3] Galvasová, I. a kol., 2008. *Průmysl cestovního ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj. 264 s. ISBN 978-80-87147-06-1.
- [4] GaREP, spol. s r.o., 2009. *Regionální politika v ČR: Efekty a nové výzvy*. Brno: GaREP Publishing. 192 s. ISBN 978-80-904308-3-9.
- [5] Hesková, M., 2006. *Cestovní ruch pro vyšší odborné a vysoké školy*. Praha: Fortuna. 224 s. ISBN: 80-7168-948-3.
- [6] Hladká, J., 1997. *Technika cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing. 168 s. ISBN 80-7169-476-2.
- [7] Horner, S., Swarbrook, J., 2003. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada Publishing. 488 s. ISBN 80-247-0202-9.
- [8] Hrala, V., 2005. *Geografie cestovního ruchu*. Praha: Oeconomica. 109 s. ISBN 80-245-0858-3.
- [9] Indrová J. a kol., 2007. *Cestovní ruch (základy)*. Praha: Oeconomica. 119 s. ISBN 978-80-245-1252-5.
- [10] Kučerová, I., 1997. *Ekonomika se zaměřením na cestovní ruch*. Praha: Idea servis. 153 s. ISBN 80-85970-14-7.
- [11] Malá, V., 2002. *Základy cestovního ruchu*. VŠE Praha. 100 s. ISBN 80-245-0439-1.
- [12] MMR ČR, 2006a. *Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2007 – 2013* [online]. [cit. 2012-04-21]. Dostupný z: <http://www.mmr.cz/Cestovni-ruch/Koncepce-Strategie/Koncepce-statni-politiky-cestovniho-ruchu-v-CR-na>.

- [13] MMR ČR, 2006b. *Prováděcí dokument ke Konceptci státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2007 – 2013* [online]. [cit. 2012-04-21]. Dostupný z: <<http://www.mmr.cz/Cestovni-ruch/Koncepce-Strategie/Provadeci-dokument-ke-Koncepci-statni-politiky-ces>>.
- [14] MMR ČR, 2006c. *Strategie regionálního rozvoje České republiky na roky 2007 – 2013* [online]. [cit. 2011-03-12]. Dostupný z WWW: <<http://www.mmr.cz/Regionalni-politika/Koncepce-Strategie/Strategie-regionalniho-rozvoje-Ceske-republiky-na>>.
- [15] MMR ČR, 2009. *Politika územního rozvoje České republiky* [online]. [cit. 2012-04-21]. Dostupný z: <<http://www.mmr.cz/Uzemni-planovani-a-stavebni-rad/Koncepce-Strategie/Politika-uzemniho-rozvoje-Ceske-republiky>>.
- [16] Němčanský, M., 1999. *Odvětví cestovního ruchu – vybrané kapitoly* (1. A 2. díl). Karviná: Slezská univerzita v Opavě, Obchodně podnikatelská fakulta. 535 s. ISBN 80-7248-034-0.
- [17] Pásková, M., Zelenka, J., 2002. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. 448 s.
- [18] Petřů, Z., 1999. *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. Praha: IDEA SERVIS. 108 s., ISBN 80-85970-29-5.
- [19] Torma P., Derco, J., 2007. *Marketing v cestovním ruchu*. Košice: Fakulta BERG. 101 s.
- [20] Vystoupil, J., Šauer, M. 2006. *Základy cestovního ruchu*. Brno: Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta. 163 s. ISBN 80-210-4205-2.
- [21] Vystoupil, J. a kol., 2011. *Geografie cestovního ruchu v České republice*. Plzeň: Aleš Čeněk. 315 s. ISBN 978-80-7380-340-7.
- [22] Wokoun, R. a kol., 2007. *Regionální rozvoj a jeho management v České republice*. Praha: Oeconomica. 244 s. ISBN 978-80-245-1301-0.
- [23] Wokoun, R. a kol., 2008. *Regionální rozvoj: východiska regionálního rozvoje, regionální politika, teorie, strategie a programování*. Praha: Linde. 244 s. ISBN 978-80-7201-699-0.

- [24] Wokoun, R., Mates, P., 2006. *Management regionální politiky a reforma veřejné správy*. 1. vydání. Praha: Linde, 2006. 351 s. ISBN 80-7201-608-3.
- [25] Zelenka, J., 2010. *Marketing cestovního ruchu*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského. 240 s. ISBN 978-80-86723-95-2.

Internetové zdroje:

- [26] *Arnošt z Pardubic*. [online]. [cit. 2012-04-11]. Last modified 2012 Dostupné z: <<http://www.lod.cz>>.
- [27] Český statistický úřad, 2012. *Veřejná databáze*. [online]. [cit. 2012-04-11]. Last modified 02. May 2012 Dostupné z: <http://vdb.czso.cz/vdbvo/maklist.jsp?kapitola_id=39&>.
- [28] *Členské poplatky*. KLACR [online]. [cit. 2012-04-29]. Last modified 24. October 2010 Dostupný z: <<http://www.klacr.cz/clenske-poplatky.html>>.
- [29] *Dokonalý přehled o Pardubicích*. iPardubice.cz [online]. [cit. 2012-04-29]. Last modified 2011 Dostupný z: <<http://www.ipardubice.cz/>>.
- [30] *Informace o městě*. Pardubice.eu [online]. [cit. 2012-04-29]. Last modified 2010 Dostupný z: <<http://www.pardubice.eu/mesto/zakladni-informace.html>>.
- [31] *Koncepční dokumenty*. Metodická podpora regionálního rozvoje. [online]. Last modified 28 September 2010 [cit. 2012-02-04]. Dostupné z: <<http://www.regionalnirozvoj.cz/index.php/koncepcni-dokumenty.html>>.
- [32] *Kulturní a zábavní místa*. Město Pardubice [online]. [cit. 2012-04-29]. Dostupný z: <<http://www.pardubice.eu/mesto/turisticke-informace/kulturni-zarizeni.html>>.
- [33] *Letiště Pardubice*. [online]. 2010 [cit. 2012-04-11]. Dostupné z: <<http://www.airport-pardubice.cz>>.
- [34] *Pardubicko*. Pardubicko.info [online]. [cit. 2012-04-29]. Last modified 2008 Dostupný z: <<http://www.pardubicko.info/>>.
- [35] *Průvodce klastrem*. Czechinvest [online]. [cit. 2012-04-29]. Last modified 2007 Dostupný z: <<http://www.czechinvest.org/data/files/pruvodce-klastrem-63.pdf>>.

- [36] Statutární město Pardubice, 2005. *Koncepce rozvoje cestovního ruchu města pardubic* [online]. [cit. 2012-04-29]. Dostupný z: <<http://www.pardubice.eu/urad/radnice/magistrat/odbory-magistratu/osks/koncepce-cr.html>>.
- [37] Statutární město Pardubice, 2009. *Profil města*. [online]. [cit. 2012-04-24]. Dostupný z: <<http://www.pardubice.eu/mesto/strategicky-plan/profil-mesta.pdf>>.
- [38] Statutární město Pardubice, 2011. *Významné kulturní a sportovní akce 2012*. [online]. [cit. 2012-04-24]. Dostupný z: <<http://www.pardubice.eu/mesto/turisticke-informace/akce-2012.pdf>>.
- [39] *Strategie hospodářského růstu České republiky* [online]. [cit. 2012-04-21]. Dostupný z: <<http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/koncepce-a-politiky/strategie-hospodarskeho-rustu-cr/1000502/38890/#TOP>>.
- [40] *SWOT analýza*. Vlastnicesta.cz [online]. [cit. 2012-04-29]. Last modified 29. September 2008 Dostupný z: <<http://www.vlastnicesta.cz/metody/metody-marketing/swot-analyza/>>.
- [41] *SWOT analýza odhalí pravdivou tvář vaší firmy a pomůže vám nahlédnout do budoucnosti*. Ipodnikatel.cz [online]. [cit. 2012-04-29]. Last modified 26. October 2011 Dostupný z: <<http://www.ipodnikatel.cz/Marketing/swot-analyza-odhali-pravdivou-tvar-vasi-firmy-a-pomuze-vam-nahlednout-do-budoucnosti.html>>.
- [42] *Turistický potenciál regionu*. CzechTourism. [online]. [cit. 2012-04-15]. Dostupné z: <<http://www.czechtourism.cz/didakticke-podklady/2-turisticky-potencial-regionu/>>.
- [43] *Výkony*. Letiště Pardubice [online]. [cit. 2012-04-24]. Last modified 2012 Dostupný z: <<http://www.airport-pardubice.cz/letiste/vykony.htm>>.

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

AJ	Anglický jazyk
CR	Cestovní ruch
ČR	Česká republika
ČSÚ	Český statistický úřad
ESF	Evropský sociální fond
EU	Evropská unie
GaREP	Společnost pro regionální ekonomické poradenství
HUZ	Hromadná ubytovací zařízení
IOP	Integrovaný operační program
KD	Kulturní dům
MMR ČR	Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky
NJ	Německý jazyk
OECD	Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj
OP LZZ	Operační program Lidské zdroje a zaměstnanost
ROP	Regionální operační program
Sb.	Sbírka

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1: Stezka Viléma z Pernštějna (Informace o městě, 2011)	50
---	----

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1: Návštěvnost vybraných sportovních akcí v letech 2006 – 2010, (v tisících). (Statutární město Pardubice, 2009)	42
Tabulka 2: Pravidelně pořádané kulturní a sportovní akce v Pardubicích (Statutární město Pardubice, 2011)	42
Tabulka 3: Vhodné sály pro konání kongresového CR v Pardubicích (Statutární město Pardubice, 2009)	45
Tabulka 4: Průměrná doba přenocování u tuzemských a zahraničních návštěvníků v Pardubicích (ČSÚ, 2012)	49
Tabulka 5: SWOT analýza předpokladů CR ve městě Pardubice (autor, 2012)	52
Tabulka 6: Výše členských příspěvků v KLASTR-CR o. s., v Kč. (KLACR, 2010)	57
Tabulka 7: Dokumentace projektu podle webové žádosti Benefit 7	68
Tabulka 8: Rozpočet projektu	72

SEZNAM GRAFŮ

Graf 1: Návštěvnost u vybraných kulturních zařízení (v osobách/rok). (Statutární město Pardubice, 2009)	41
Graf 2: Vývoj počtu přepravených osob (Výkony, 2012).....	47
Graf 3: Vývoj počtu hostů ubytovaných v Pardubicích v letech 2006 – 2010 (ČSÚ, 2012).....	48